



---

# **BACHELORARBEIT**

---

Herr  
**Zacharias Andreas Zöller**

**Die Rolle der journalistischen  
Darstellungsformen in der zu-  
künftigen Tageszeitung unter  
besonderer Berücksichtigung  
des Storytellings**

**2015**

# **BACHELORARBEIT**

---

## **Die Rolle der journalistischen Darstellungsformen in der zu- künftigen Tageszeitung unter besonderer Berücksichtigung des Storytellings**

Autor/in:

**Herr Zacharias Andreas Zöller**

Studiengang:

**Angewandte Medienwissenschaften**

Seminargruppe:

**AM11wK1-B**

Erstprüfer:

**Prof. Horst Müller MBA**

Zweitprüfer:

**Christian Roschke B.Sc.**

Einreichung:

**Mittweida, 30.01.2015**

# **BACHELOR THESIS**

---

## **The role of the different forms of journalistic presentations in the newspaper of the future with particular regard to the concept of storytelling**

author:

**Mr. Zacharias Andreas Zöller**

course of studies:

**Applied Media Sciences**

seminar group:

**AM11wK1-B**

first examiner:

**Prof. Horst Müller**

second examiner:

**Christian Roschke B.Sc.**

submission:

Mittweida, January, 30<sup>th</sup>, 2015

---

## Bibliografische Angaben

Zöller, Zacharias Andreas:

Die Rolle der journalistischen Darstellungsformen in der zukünftigen Tageszeitung unter besonderer Berücksichtigung des Storytellings

66 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, Eingereicht 2015

## Abstract

Unter Medienwissenschaftlern und Experten besteht Einigkeit: Die Tageszeitung befindet sich in der schwersten Krise ihrer Geschichte und muss sich grundlegend verändern, um auch in Zukunft erfolgreich fortbestehen zu können. In der vorliegenden Arbeit wurde untersucht, wie sich die Tageszeitung verändern muss, welchen Beitrag die wichtigsten journalistischen Darstellungsformen hierbei leisten können und wie sich deren Rolle in der Tageszeitung der Zukunft darstellt. Ein besonderes Augenmerk wurde in diesem Zusammenhang auch auf die Rolle des Storytellings gelegt und untersucht, ob es sich bei diesem um eine neue Darstellungsform handelt, die das Potenzial zur Rettung der Tageszeitung in sich birgt. Einer einleitenden Bestandsaufnahme der krisenhaften Situation der Tageszeitung schloss sich ein Teil der Arbeit an, in dem die von Medienwissenschaftlern und Experten im Rahmen von Studien und Onlineartikeln getätigten Aussagen zu möglichen Wege aus der Krise dargelegt wurden. Aus den Aussagen der Experten ergaben sich zwei Kernforderungen. Erstens soll die Tageszeitung der Zukunft mehr Einordnung, Analyse und Hintergrundinformationen bieten. Zweitens soll sie mehr Platz für die Darstellung subjektiver Meinungen einräumen. Dies berücksichtigend wurde im sich anschließenden Teil der Arbeit überprüft, welche der wichtigsten journalistischen Darstellungsformen sowohl wirtschaftlich realisierbar als auch geeignet sind, die Forderungen der Experten zu verwirklichen. Eine besondere diesbezügliche Eignung kann für das *Feature*, den *Bericht*, das *Interview* und den *Kommentar* herausgestellt werden. Die Untersuchung des *Storytellings* ergab, dass es sich bei diesem nicht um eine neue Darstellungsform, sondern das - im Rahmen von z.B. der *Reportage* bereits seit vielen Jahrzehnten verwendete – Erzählen von Geschichten handelt. Da im sich anschließenden Teil der Arbeit eine besonderes Kompatibilität des *Storytellings* mit *Feature* und *Interview* ersichtlich gemacht werden konnte, scheint dessen zumindest regelmäßige Verwendung in der Tageszeitung der Zukunft zwar wahrscheinlich, ein revolutionärer Impuls für die kriselnde Zeitungsbranche kann vom *Storytelling* jedoch wahrscheinlich nicht erwartet werden.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis.....</b>	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>IX</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
<b>2 Die Krise der Tageszeitung .....</b>	<b>4</b>
2.1 Kerndaten.....	4
2.2 Gründe aus Sicht der Experten .....	9
2.3 Lösungsansätze der Experten .....	18
2.3.1 Kapitulation und Rückzug ins Digitale .....	19
2.3.2 Externe Impulse .....	21
2.3.3 Qualitative Aufwertung der Tageszeitungsinhalte .....	22
2.3.4 Lösungsansätze – Fazit .....	24
<b>3 Journalistische Darstellungsformen und deren Eignung für die Tageszeitung der Zukunft .....</b>	<b>26</b>
3.1 Die Nachricht.....	26
3.2 Der Bericht .....	27
3.3 Der Hintergrundbericht (Report) .....	29
3.4 Die Reportage .....	31
3.5 Das Feature .....	35
3.6 Das Interview .....	37
3.7 Der Kommentar.....	39
3.8 Zwischenfazit - Darstellungsformen und deren Eignung für die zukünftige Tageszeitung .....	42
<b>4 Storytelling – Definition .....</b>	<b>44</b>
4.1 Elemente des Storytelling .....	44
4.1.1 Handelnde in einer Geschichte.....	44
4.1.2 Element – Handlung in einer Geschichte .....	46
4.1.3 Element – Ort in einer Geschichte .....	48
4.2 Einordnung.....	49
4.2.1 Storytelling – Einordnung in historischen Kontext.....	49
4.2.2 Storytelling – Einordnung in geschichtlichen Kontext des Journalismus .....	52

---

<b>5</b>	<b>Storytelling in den journalistischen Darstellungsformen .....</b>	<b>56</b>
5.1	Storytelling in der Reportage .....	56
5.2	Storytelling im Feature .....	57
5.3	Storytelling in der Nachricht .....	58
5.4	Storytelling im Bericht .....	58
5.5	Storytelling im Hintergrundbericht (Report) .....	59
5.6	Storytelling im Interview .....	60
5.7	Storytelling im Kommentar .....	61
5.8	Storytelling in den verschiedenen Darstellungsformen – Fazit .....	62
<b>6</b>	<b>FAZIT UND AUSBLICK .....</b>	<b>63</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>X</b>
	Internetquellen .....	XI
	<b>Anlagen .....</b>	<b>XVI</b>
	<b>Eigenständigkeitserklärung .....</b>	<b>XVII</b>

## Abkürzungsverzeichnis

ABZV	Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage e. V
BDZV	Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger
bzw.	beziehungsweise
Dapd	Deutscher Auslands-Depeschendienst
DDR	Deutsche Demokratische Republik
Dpa	Deutsche Presse-Agentur
Dr.	Doktor
Ebd.	Ebenda
etc.	et cetera
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
f.	folgend
Hg.	Herausgeber
HTML	Hypertext Markup Language
http	Hypertext Transfer Protocol
IPJ	Instituts für Praktische Journalismus- und Kommunikationsforschung
Mr.	Mister
ORF	Österreichischer Rundfunk
Prof.	Professor
PR	Public Relations
S.	Seite
TAZ	Die Tageszeitung

---

TV	Television
URL	Uniform Resource Locator
US	Vereinigte Staaten von Amerika
vgl.	vergleiche
www	world wide web
ZDFinfo	Zweiter Deutscher Fernsehen info



---

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der verkauften Tageszeitungen .....	5
Abbildung 2: Entwicklung der Gesamtauflage der deutschen Tagespresse .....	6
Abbildung 3: Durchschnittliche Nutzungsdauer der Medien 2013 .....	7
Abbildung 4: Internet ist Recherche Medium Nummer 1 .....	7
Abbildung 5: Netto-Werbeinnahmen erfassbarer Werbeträger 2013 in Milliarden Euro .....	8
Abbildung 6: Der Rückgang der Leserschaft von Tageszeitungen .....	11
Abbildung 7: Hauptgründe für die Abbestellung des Zeitungsabonnements .....	13
Abbildung 8: Storykurve .....	47

# 1 Einleitung

*Then you better start swimmin'  
Or you'll sink like a stone  
For the times they are a-changin'*  
(Bob Dylan – *The Times They Are-A-Changin'*, 1964)

Das weiter oben angeführte Zitat entstammt der Feder der Folks- und Rockmusik-Legende *Bob Dylan* und ist textlicher Bestandteil von dessen Song „*The Times They Are A-Changin'*“, veröffentlicht im Jahr 1964 (Vgl. *Bobdylan.com*, 2015). In der zitierten Textzeile fordert *Dylan* insbesondere die Mitglieder und Vertreter der damals älteren Generation dazu auf, sich den veränderten gesellschaftlichen Gegebenheiten der – zum damaligen Zeitpunkt von einer revolutionären Stimmung geprägten – Gegenwart anzupassen („*You better start swimmin'*“). Wer sich weigere eben diese Anpassung vorzunehmen, dem prophezeit *Dylan* einen unabwendbaren Untergang („*Or you'll sink like a stone*“). Den Leser der vorliegenden Arbeit mag dieser musikhistorische Exkurs im Kontext einer Arbeit, die thematisch im Umfeld der Tageszeitung angesiedelt ist zunächst verwundern. Erfolgt jedoch eine Vergegenwärtigung des Status Quo der Tageszeitung wird ersichtlich, dass die *Dylan*-sche Textzeile als Analogie auf deren aktuelle und womöglich auch zukünftige Situation betrachtet werden kann.

Denn auch für die Tageszeitung gilt: „*The times they are a-changin'*“. Die gedruckte, täglich erscheinende Zeitung steckt in einer Krise. So sprechen Journalisten und Medienforscher, unter ihnen der Autor und Journalistik-Professor *Stephan Weichert*, davon, dass „*Journalismus auf gedrucktem Papier ein Auslaufmodell*“ darstelle (*Kuttner*, 2013) und an anderen Stellen werden bereits Nachrufe auf das Medium verfasst (Vgl. zum Beispiel *Kuckel*, 2014). Es mag über die Maßen schwarzmalersisch erscheinen, ein von einigen Brancheninternen prognostiziertes „*Massensterben*“ (Vgl. *Bernau / Hank / Petersdorff*, 2014) der Tageszeitungen am Horizont aufziehen zu sehen. Stellenabbau in vielen, vormals prosperierenden Redaktionen stellt jedoch längst keine Seltenheit mehr dar und macht auch vor den großen, bundesweit auflagenstarken Zeitungen keinen Halt. Stichhaltiges Indiz für eine Krise sind darüber hinaus die Insolvenzen traditionell erfolgreicher, ehemals auflagen- und umsatzstarker Tageszeitungen wie der „*Financial Times Deutschland*“, oder der „*Frankfurter Rundschau*“ (Vgl. *Lüpke-Narberhaus*, 2012).

An in der Wissenschaft und Expertenkreisen geführten Diskussionen über die Gründe für und die Wege aus der Krise der gedruckten Tageszeitung mangelt es indes nicht. In diversen Studien und zahlreichen Zeitungs- und Onlineartikeln legen Medienforscher, Experten und Brancheninterne ihre diesbezüglichen Beobachtungen, Einschätzungen und Handlungsvorschläge dar (siehe Kapitel 2). Einigkeit unter den Experten scheint – trotz kontrovers geführter Diskussionen – hierbei vor allen Dingen in einem Punkt zu bestehen: Die Tageszeitung muss sich verändern (um es mit *Dylan* zu umschreiben: „*better start swimmin*“) und umgestaltet werden, um auch zukünftig in der – primär durch die *Digitale Revolution* veränderten – Medienlandschaft eine relevante Position einnehmen zu können und nicht in der Bedeutungslosigkeit zu versinken wie der von *Bob Dylan* besungene Stein.

Ausführliche Einschätzungen dazu, welchen Effekt die geforderten Veränderungen auf die verschiedenen, journalistischen Darstellungsformen und deren Rolle in der Tageszeitung der Zukunft haben werden, lassen sich aus den zahlreichen Beiträgen der Wissenschaftler und Experten indes nicht herausfiltern. Selbiges gilt für das Konzept des *Storytellings*, das in anderen Umfeldern – z.B. in der Unternehmenskommunikation oder Marketingbranche – derzeit einen Boom erlebt.

Zielsetzung des Autors der vorliegenden Arbeit ist es deswegen herauszustellen, wie sich die Rolle der verschiedenen Darstellungsformen in der zukünftigen Tageszeitung verändern könnte und welche Darstellungsformen – ihre spezifischen Charakteristika berücksichtigend – als besonders geeignet erscheinen, um in der zukünftigen Tageszeitung eine bedeutende Position einzunehmen bzw. gar zu deren Rettung beizutragen. Darüber hinaus wird das Potenzial des *Storytelling* einer Untersuchung unterzogen, die sich an der Beantwortung zweier Fragen orientiert: Handelt es sich beim *Storytelling* um ein Phänomen, dem im Rahmen der bekannten Darstellungsformen ein Boom vorausgesagt werden kann? Oder ist *Storytelling* gar eine gänzliche neue Darstellungsform, die eine wichtige Rolle bei der Rettung der Tageszeitung einnehmen kann.

In Kapitel 2 werden einleitend einige Kerndaten und Abbildungen vorgelegt, die die krisenhafte Situation der Tageszeitungen veranschaulichen. Daraufhin werden die von Medienwissenschaftlern und Experten dargelegten Gründe für und Wege aus der Krise der Tageszeitung präsentiert. Das sich im Zuge dessen ergebende Anforderungsprofil für die Inhalte der zukünftigen Tageszeitung wird hiernach in Kapitel 3 einem Vergleich

---

mit den wissenschaftlich definierten Merkmalen und Charakteristika der wichtigsten, journalistischen Darstellungsformen unterzogen. So soll festgestellt werden, welche der Darstellungsformen sich als Vehikel eignen, um die von den Experten für die Tageszeitung der Zukunft geforderten Inhalte zu realisieren. Ein besonderes Augenmerk des Autors der Arbeit gilt der Rolle des Storytelling in der Tageszeitung der Zukunft. Um herauszuarbeiten, ob Storytelling einen integralen Bestandteil der zukünftigen Tageszeitung darstellen kann, werden in Kapitel 4 dessen Elemente, Merkmale und Besonderheiten geschildert und hiernach das Storytelling in Kapitel 5 auf Kompatibilität mit den zuvor vorgestellten Darstellungsformen überprüft. In Kapitel 6 werden die im Rahmen der Arbeit gewonnenen Erkenntnisse zusammengefasst und bewertet.

## 2 Die Krise der Tageszeitung

Die vorliegende Arbeit widmet sich primär der Beantwortung der Frage, welche Rolle die verschiedenen journalistischen Darstellungsformen und das Storytelling in der zukünftigen Tageszeitung einnehmen werden. Bevor in dem sich anschließenden Teil der Arbeit verschiedene Darstellungsformen und das Storytelling vorgestellt und hinsichtlich ihrer Eignung für die Gestaltung der Tageszeitung der Zukunft überprüft werden, bietet dieses Kapitel einen einleitenden Überblick über den – krisenhaften – Status Quo der Tageszeitungen in Deutschland. Sich hieran anschließend erfolgt eine Schilderung der möglichen Gründe für eben diese Krise. Da es zum Thema „*Krise der Tageszeitung*“ an aktueller Grundlagenliteratur mangelt, stehen hierbei primär sowohl die Ergebnisse von zur Thematik veröffentlichten Studien, als auch die Meinungen und Einschätzungen renommierter Medienwissenschaftler, brancheninterner Experten, Redakteure und Blogger im Vordergrund. Diese – und andere – werden auch im sich anschließenden Unterkapitel zu Wort kommen. Dort werden seitens der Experten herausgearbeitete Lösungsansätze und Forderungen für Wege aus der zuvor dokumentierten Zeitungskrise präsentiert.

### 2.1 Kerndaten

Ein Blick in die sich der Thematik zuwendenden Statistiken nährt pessimistische Prognosen in Bezug auf die Zukunft des Tageszeitungsjournalismus. So ist – wie in Abbildung 1 grafisch veranschaulicht – seit dem Jahr 1991 eine rückläufige Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland festzustellen. Lag die verkaufte Auflage im Ausgangsjahr der Beobachtung 1991 noch bei 27,1 Millionen Exemplaren, sank dieser Wert bis zum Jahr 2008 bereits auf 20 Millionen. Diese Entwicklung setzte sich in den letzten 5 Jahren kontinuierlich fort und erreichte ihren vorläufigen Tiefstwert im Jahr 2013 mit nur noch 17,5 Millionen verkauften Exemplaren. Ein Ende des Abwärtstrends ist indes nicht abzusehen; auch die Prognosen für das Jahr 2014 gehen von einem sich fortsetzenden Rückgang der verkauften Auflage der Tageszeitungen aus (Vgl. Abbildung 1).

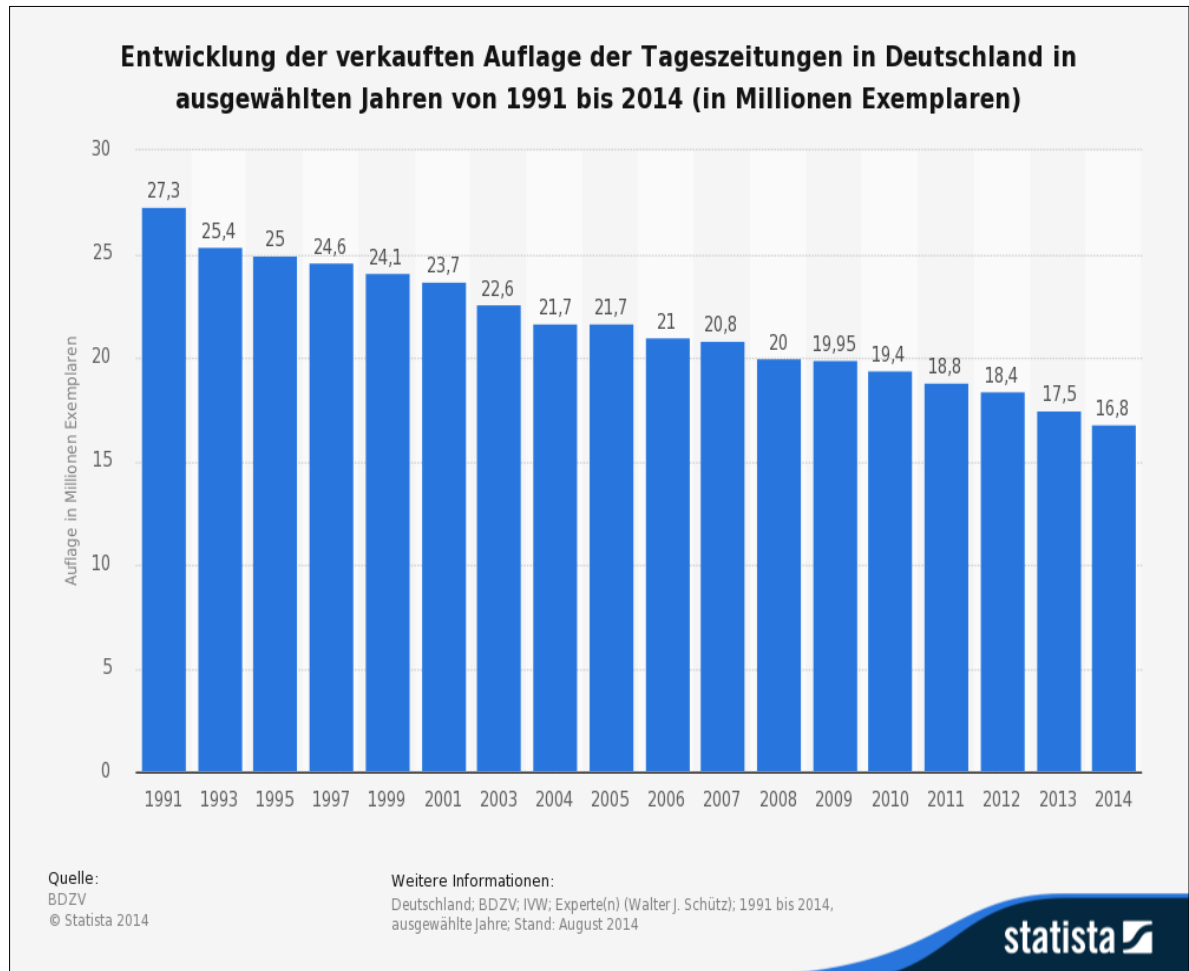


Abbildung 1: Entwicklung der verkauften Tageszeitungen (Quelle: Statista (2014a).  
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/72084/umfrage/verkaufte-auflage-von-tageszeitungen-in-deutschland/>)

Ein starker, die verkaufte Auflage der Tageszeitungen betreffender Rückgang wird unter anderem auch vom Medienforscher *Michael Vogel* in seiner 2014 veröffentlichten – zusammen mit der „Friedrich Ebert Stiftung“ durchgeführten - Studie zum Thema „*Tal-fahrt der Tagespresse: Eine Ursachensuche*“ (Vgl. *Vogel*, 2014) dokumentiert. *Vogel* legt dar, dass im Jahr 1983 – dem von ihm als „*Zenit der deutschen Zeitungsblüte*“ (Ebd., S.18) bezeichneten Jahr – 30,1 Millionen Zeitungsexemplare verkauft wurden. Bis zum Jahr 2013 stellt *Vogel* ein Sinken dieser Auflage um 57,5 Prozent auf nun nur noch 17,3 Millionen verkaufter Exemplare fest (Vgl. auch Abbildung 2)

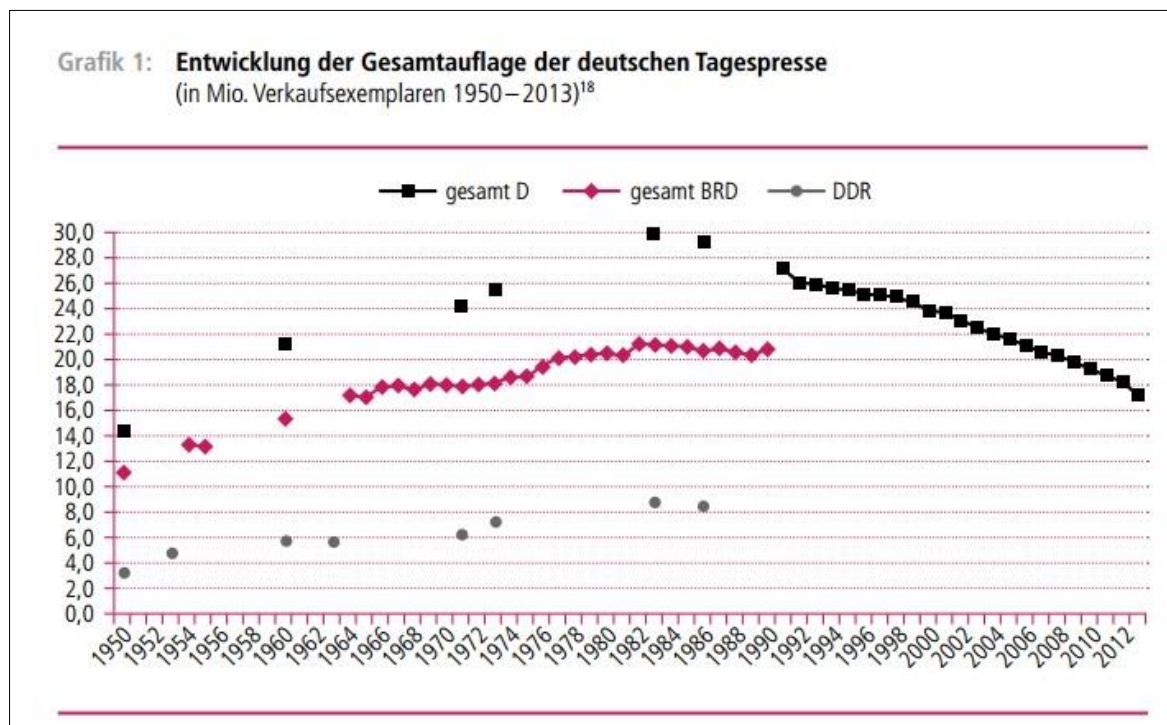


Abbildung 2: Entwicklung der Gesamtauflage der deutschen Tagespresse (Quelle: Vogel (2014), S. 19.  
<http://library.fes.de/pdf-files/akademie/10790.pdf>)

Diese Entwicklung lässt sich auch am Beispiel einzelner, ausgewählter Tageszeitungen exemplarisch nachvollziehen. So sank die verkaufte Auflage der „*Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)*“ von einem Allzeithoch von über 412.000 verkauften Exemplaren (1990) auf nur noch knapp 335.000 verkaufte Exemplare im Beobachtungsjahr 2013 (Vgl. Stöber, 2014, S. 266). Die „*BILD*“ musste seit dem Jahr 1985, in dem sie noch beeindruckende 5,2 Millionen Exemplare ihrer Zeitung verkaufte, einen Auflagenrückgang von ungefähr 50% Prozent hinnehmen (Vgl. ebd.). So konnten im Jahr 2013 lediglich noch in etwa 2,6 Millionen Exemplare der Zeitung verkauft werden (Vgl. ebd.).

Auch ein Blick auf die durchschnittliche Nutzungsdauer verschiedener Medien zeigt, dass die Tageszeitung im Vergleich mit zum Beispiel dem *Fernsehen* oder auch dem *Internet* eine eher untergeordnete Rolle spielt. In der weiter unten dargelegten Abbildung 3 wird ersichtlich, dass die durchschnittliche Zeit, die Medienrezipienten täglich für den Konsum der Zeitung aufwenden, lediglich 23 Minuten beträgt. Für die Gruppe der 14-49 jährigen ergibt sich gar ein Durchschnittswert von nur 14 Minuten täglichen Zeitungskonsums (Vgl. Abbildung 3).

**Durchschnittliche Nutzungsdauer der Medien 2013** Drucken  
in Min./Tag

	Fernsehen <sup>1)</sup>	Hörfunk <sup>2)</sup>	Internet <sup>3)</sup>	Zeitung <sup>4)</sup>	Tonträger <sup>2)</sup>	Buch <sup>4)</sup>	Zeitschrift <sup>4)</sup>
Gesamt	242	191	108	23	31	22	6
14-29 J.	134	143	218	10	72	30	4
30-49 J.	221	211	128	18	29	15	4
ab 50 J.	302	198	49	34	13	23	9

1) AGF/GfK: 1. Halbjahr 2013.  
2) ma 2013/I.  
3) ARD/ZDF-Onlinestudie 2013.  
4) Massenkommunikation 2010.

Abbildung 3: Durchschnittliche Nutzungsdauer der Medien 2013 (Quelle: ARD/ZDF Onlinestudie, 2013, S. 14, [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie/PDF/Eimeren\\_Frees.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie/PDF/Eimeren_Frees.pdf))

Der „Bedeutungsverlust der Tageszeitungen“ - den die Mainzer Professoren und Medienwissenschaftler *Johanna Höhn* und *Lothar Rolke* in ihrer Studie „*Mediennutzung in der Webgesellschaft 2018*“ bereits 2008 im Hinblick auf die zukünftige Medienlandschaft prognostizierten (Vgl. *Rolke/Höhn*, 2008, S. 12) - wird anhand der weiter unten präsentierten Abbildung 4 ersichtlich.

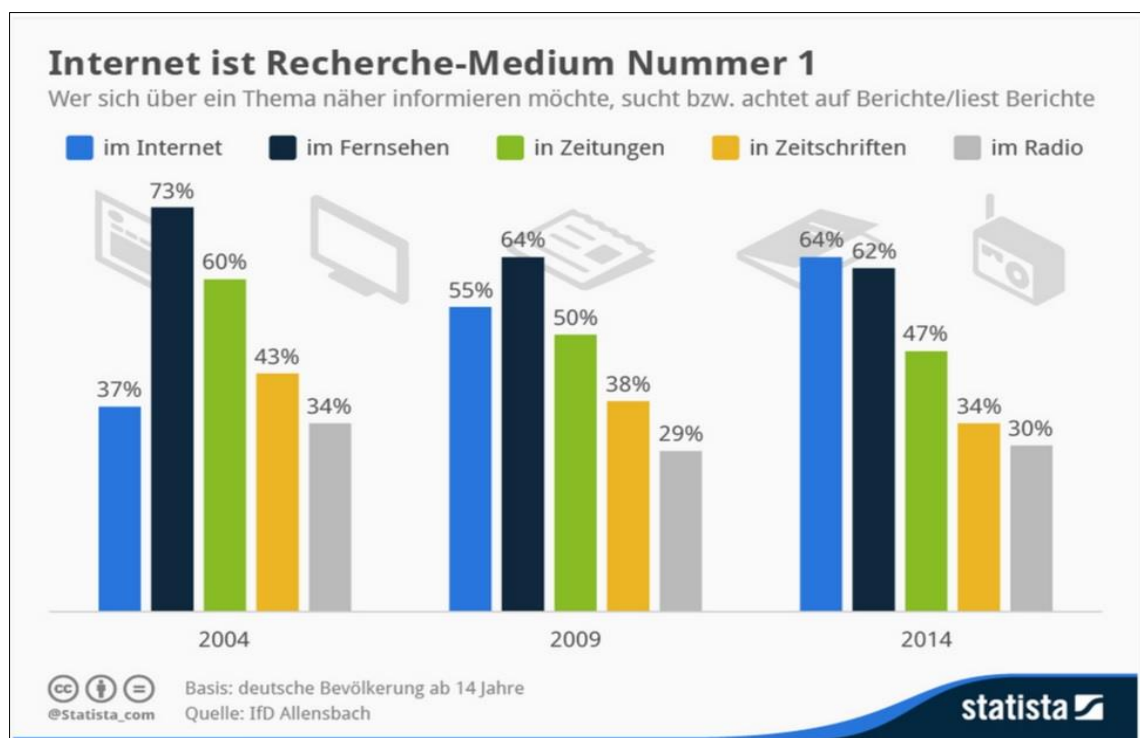


Abbildung 4: Internet ist Recherche Medium Nummer 1 (Quelle: Statista <http://de.statista.com/infografik/2503/bevorzugte-informationskanale-in-deutschland/>)



Die Grafik veranschaulicht, dass sich im Verlauf der zurückliegenden Dekade eine deutliche Verschiebung hinsichtlich des Rechercheverhaltens der Medienkonsumenten ergeben hat. Im Beobachtungsjahr 2004 nutzten noch 60% der Deutschen *Zeitungen* als Hauptquelle für die hintergründige Recherche zu einem Thema. Zu diesem Zeitpunkt musste sich das Medium *Tageszeitung* in dieser Hinsicht lediglich dem Medium *TV* geschlagen geben. Bereits fünf Jahre später (2009) hatten die *Tageszeitungen* den bis zu diesem Zeitpunkt von ihnen besetzten zweiten Platz an das Internet verloren. Aktuell (2014) hat das Internet gar die Spitze erklommen: für 64% der über 14-jährigen Deutschen stellt das Netz das von ihnen favorisierte Recherche-Medium dar. Der diesbezügliche Wert für Zeitungen ist auf einen Tiefstand von 47% abgesunken.

Mit den Einbrüchen in Auflage und Anzahl der – regelmäßigen - Leser geht ein drastischer Rückgang der von den Zeitungen erzielten Anzeigeeinnahmen einher, der als mitverantwortlich für die eingangs erwähnten Redaktionsschließungen (Vgl. zum Beispiel: Sydow, 2012) und Verlagsinsolvenzen (Vgl. zum Beispiel Hauser, 2014) betrachtet werden kann. So sanken die Netto-Werbeinnahmen von Tageszeitungen im Beobachtungszeitraum von 2012 bis 2013 um beinahe 10%, während die Medienbranche - insgesamt betrachtet - nur Einbußen von insgesamt 1,7% hinnehmen musste und Online-Angebote ihre Werbeeinnahmen gar um 9,3% steigern konnten (Vgl. Abbildung 5).



Abbildung 5: Netto-Werbeinnahmen erfassbarer Werbeträger 2013 in Milliarden Euro (Quelle: <http://www.bdzv.de/markttrends-und-daten/wirtschaftliche-lage/schaubilder/artikel/-8937743f67/200000573/>)

Mit einer zukünftigen Entspannung der Situation ist indes nicht zu rechnen, die Entwicklung zum Negativen scheint unaufhaltsam. *"Die alten Zeiten der hohen Werbeeinnahmen werden nicht wiederkommen"*, prophezeite so bereits im November 2012 Anja Pasquay, Sprecherin beim „Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV)“ in einem Interview mit der „ZEIT“ (Vgl.: Buhse/Kremers, 2012).

## 2.2 Gründe aus Sicht der Experten

Die im vorangestellten Kapitel dargelegten Zahlen und Statistiken verdeutlichen es: Tageszeitungen befinden sich in einer schweren finanziellen Krise. Wegbrechende Anzeigenerlöse, veränderte Lesegewohnheiten auf Seite der Rezipienten und sinkende Auflagen sind dafür verantwortlich, dass sich viele Redaktionen und Verlage von jenen „Existenznöten“ (Vgl. Diez, 2009) geplagt sehen, die zum Beispiel der Journalist Georg Diez der Branche bereits 2009 attestierte und auch für die inzwischen eingetretene Zukunft prognostizierte (Vgl. ebd.). Bei Betrachtung des im vorangestellten Kapitel präsentierten statistischen Materials wird deutlich, dass dem dort dokumentierten Relevanzverlust, der sinkenden Auflagenzahl und den einbrechenden Werbeeinnahmen eine jeweils gegenteilige Entwicklung auf dem Sektor der Onlinemedien gegenübersteht. Während Redaktionen geschlossen werden und Verlage sich der Insolvenz gegenübergestellt sehen, drängen immer mehr Menschen auf der Suche nach Nachrichten und Informationen ins World Wide Web. Und auch die Werbeeinnahmen der Onlinemedien steigen kontinuierlich (Vgl. Abbildung 6). e

Kann das alles bloß noch Zufall sein? Ein angesichts der soeben dargestellten Entwicklung – und aufgrund seiner Einfachheit - verführerischer Gedanke könnte also darin bestehen, die Gründe für die krisenhafte Entwicklung des Printsektors allein im Vorhandensein eines immer mächtiger werdenden ‚Antagonisten‘, dem des Internets zu verorten. Die Mediennutzungsgewohnheiten stellen sich – gerade auf Seiten der jüngeren Rezipienten – grundlegend verändert als noch vor zehn Jahren dar (Vgl. Abbildung 4). Das Internet nimmt im Leben eines Großteils der Bevölkerung inzwischen eine herausragende Rolle ein. Tageszeitungen auf Papier kosten Geld, Onlinemedien bieten Nachrichten meist zum Nulltarif, rund um die Uhr und fortwährend aktualisiert. Ist es da nicht geradezu logisch, dass Tageszeitungen auf Papier schlichtweg ein – wie es der Hamburger Medienforscher Stephan Weichert in einem Interview mit der „Tagesschau“ formuliert – „Auslaufmodell“ (Kuttner, 2013) darstellen, das vom Geburts-

moment der im Internet erfolgenden Nachrichtenberichterstattung an dem Untergang geweiht war?

Zahlreiche Medienexperten und Wissenschaftler wehren sich gegen den Rückgriff auf einen solch monokausalen Erklärungsansatz und raten zu einer, auf größerer Differenzierung basierenden Herangehensweise an die Thematik. Ein prominenter Vertreter dieses Ansatzes ist *Michael Haller*, wissenschaftlicher Direktor des „*Instituts für Praktische Journalismus- und Kommunikationsforschung (IPJ)*“ in Leipzig. In einem auf „*Spiegel Online*“ erschienenen Artikel zum Thema „*2020 – Die Zeitungsdebatte*“ präsentiert der emeritierte Journalist die Ergebnisse seiner zusammen mit dem „*IPJ*“ durchgeführten Studien zum Thema Tageszeitung (Vgl. hierzu auch *Michael Haller – „Brauchen wir Zeitungen?“*, 2014). *Haller* unterstellt der Branche der Printmedien eine fehlgeschlagene Selbstdiagnose hinsichtlich der – vermeintlichen - Gründe für die sich aktuell darstellende Krisensituation (Vgl. *Haller*, 2013a). Die vielerorts geäußerte bzw. im Subtext mitschwingende These, dass allein „*das Internet die Krise brachte*“ (Ebd.), oder zumindest als hauptverantwortlich für eben diese zu kennzeichnen ist, lehnt *Haller* ab und bezeichnet sie als „*erstes Missverständnis*“ (Ebd.). So stellt zwar auch er fest, dass speziell „*junge Leute keine Zeitung mehr*“ (Ebd.) läsen, Schuld daran trage aber keineswegs das Internet (Vgl. ebd.). *Haller* verweist in diesem Kontext darauf, dass Einbrüche hinsichtlich der Anzahl von regelmäßigen Zeitungslesern bereits ab „*Mitte der Achtziger Jahre*“ (Ebd.) festgestellt werden konnten. So zeigt sich in dem von ihm zur Untermauerung seiner Thesen herangezogenen Datenmaterial, dass bereits 1995, Jahre vor der Etablierung des Internets in den Lebensalltag der Bevölkerung, nur noch ca. 70% der unter 25-jährigen regelmäßig zur Tageszeitung griffen (Vgl. Abbildung 6).

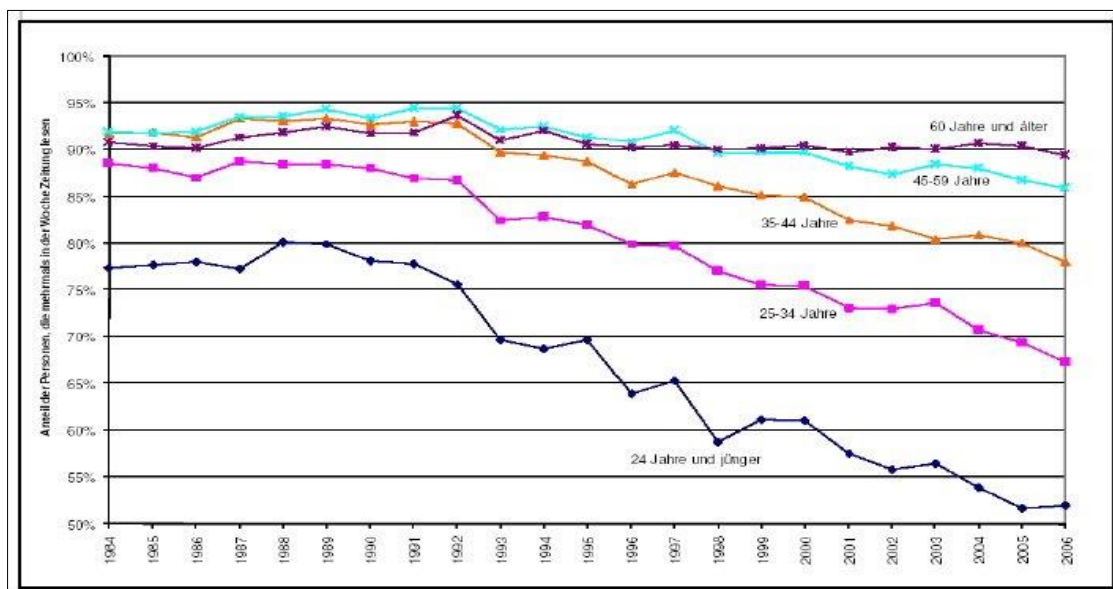


Abbildung 6: Der Rückgang der Leserschaft von Tageszeitungen (Quelle: <http://www.spiegel.de/fotostrecke/zeitungsdebatte-reichweiteentwicklung-tageszeitungen-fotostrecke-100399.html>)

Die Ursachen für den drastischen Rückgang der Leserschaft bereits zu diesem frühen Zeitpunkt bezeichnet Haller als „vielfältig“ (Ebd.), unter anderem sieht er sie in der aufkeimenden Konkurrenz durch die damals ins Leben gerufenen, privaten Rundfunkprogramme begründet (Vgl. ebd.). Auch gesellschaftlich-kulturelle Faktoren, wie ein von ihm im Zuge der Wiedervereinigung ausgemachter „Wertewandel“ (Ebd.) und eine „Schwächung der grundlegenden Fertigkeiten: Lesen, Verstehen, Analysieren“ (Ebd.) kennzeichnet er als verantwortlich für das in den Statistiken abgebildete, abflauende Interesse gerade junger Menschen am Medium Tageszeitung. Haller nimmt in seinen Ausführungen darüber hinaus eine scharfe Trennung bezüglich der Rezipienten von Medien nach Altersstufen vor. In diesem Zusammenhang spricht er auch in seinem 2014 erschienenen Buch „Brauchen wir Zeitungen?“ von einer „tiefen Kluft des ‚digital gap‘“ (Vgl. hierzu auch Haller, 2014, Position 1096 f.), die Erwachsene in „zwei Welten“ (Ebd.) teile. Auf der einen Seite sieht der Medienwissenschaftler die Unter-30-jährigen, sogenannte „Digital Natives“ (Ebd.), die kaum noch ein Interesse am Medium der abgedruckten Tageszeitung zeigten und gegen dahingehende Anwerbeversuche nahezu immun seien (Vgl. ebd.). Zu sehr schätze diese junge Bevölkerungsgruppe die „Ubiquität der mobilen Digitalmedien“ (Ebd.) und zu wenig intensiv sei sie im Laufe ihrer Sozialisation in Kontakt mit dem Medium der Tageszeitung in Papierform getreten (Vgl. ebd.). Verlorengeben will Haller die *Digital Natives* indes jedoch nicht. Dies begründet der Medienwissenschaftler mit der Schwierigkeit, eine valide Prognose bezüglich des

zukünftigen - sich eventuell auch verändernden - Mediennutzungsverhaltens der aktuell Unter-30-Jährigen zu treffen (Vgl. ebd.). Wer sich in Prognosen über die ‚Medien in zehn Jahren‘ ergehe, betreibe, so der Medienprofessor, „*Kaffeesatzleserei*“ (Ebd.).

Als dieser Gruppe hinsichtlich der Präferenzen im Mediennutzungsverhältnis gegenübergestellt betrachtet Haller die Gruppe der 35-55-jährigen, berufstätigen Erwachsenen (Vgl. ebd.). Diese solle laut seiner Einschätzung die Hauptzielgruppe der – abonnierten – Tageszeitungen darstellen (Vgl. ebd.). Im Gegensatz zu den *Digital Natives* handele sich bei den Mitgliedern dieser Bevölkerungsgruppe um Medienkonsumenten, die ein „*überraschend konservatives Verhalten*“ (Ebd.) in puncto Mediennutzung an den Tag legten. „*Zwei Drittel*“ der Rezipienten aus dieser Gruppe konsumierten nach wie vor „*am Abend Fernsehnachrichten*“, „*drei Viertel*“ schalteten nach dem Aufstehen das Radio an (Vgl. ebd.). Ein Verdrängungseffekt, ausgehend von Onlinemedien und zu Lasten der gedruckten Tageszeitung könne für diese Gruppe nicht konstatiert werden: Das Internet werde von den hier betrachteten 35-55-jährigen hauptsächlich am Arbeitsplatz und dort wiederum primär zum Versand von E-Mails oder zu Recherchezwecken genutzt (Vgl. ebd.). Journalistische Angebote im World Wide Web, wie zum Beispiel „*Spiegel Online*“ oder „*BILD.de*“ würden von den 35-55-jährigen Rezipienten im Durchschnitt „*weniger als zwei Mal pro Woche*“ (Ebd.) aufgerufen (Vgl. ebd.).

Gründe für eine negative Entwicklung hinsichtlich Leserschaft und Zahl der Abonnenten in dieser Gruppe sieht Haller anderweitig verankert. So stellt er eine von den Rezipienten im Rahmen von Befragungen geäußerte „*Erwartungsenttäuschung*“ (Ebd.) fest; viele der Leser zeigten sich enttäuscht angesichts einer „*Abnahme der Informationsleistung*“ (Ebd.) und eines von ihnen empfundenen Rückgangs der redaktionellen Fähigkeiten beim „*Einordnen von Ereignissen*“ (Ebd.). Auch die detaillierte Ausschmückung von Ereignissen, die von den Rezipienten oftmals als „*Belanglosigkeiten*“ (Ebd.) empfunden werden, würde von diesen bei der Gestaltung von Tageszeitungen zunehmend konstatiert und kritisiert (Vgl. ebd.). Dies dokumentiert die nachfolgend präsentierte Grafik (Abbildung 7), die Haller seinen Ausführungen beifügt. Dort werden die Hauptgründe abgebildet, aus denen sich großstädtische, vormalige Abonnenten zum Abbestellen ihrer Tageszeitung entschieden haben:

<b>Hauptgründe für die Abbestellung des Zeitungsabonnements (Großstadt)</b>			
<b>Aussage</b> (Fragebogen mit 20 Items; hier die fünf, die am häufigsten angekreuzt wurden)	<b>Das mit der Aussage bezeichnete Defizit</b>	<b>Häufigkeit der Nennung</b>	<b>Konsistenz*</b>
„Es gab immer öfter Berichte in der Zeitung, die mich nicht interessieren“	zu viel Banales oder Abseitiges	61%	77%
„Auf den Seiten konnte ich oft nicht erkennen, was wirklich wichtig und was unwichtig ist“	Mangelnde Orientierung	56%	44%
„Oft stand in den Berichten nur das, was ich schon vom Radio oder Fernsehen wusste“	Überregionales: Kaum Eigenleistung	49%	55%
„Wichtige Vorgänge und Themen in meiner Stadt hat die Zeitung nicht gebracht“	Lokales: Zu geringe Informationsleistung	41%	60%
„Oft spiegelten die Berichte nur eine Sicht. Andere Stimmen oder Gegeninformationen fehlten mir.“	Oberflächlichkeit; zu wenig Recherche	39%	48%

Abbildung 7: Hauptgründe für die Abbestellung des Zeitungsabonnements (Quelle: IPJ Leipzig, nach <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/michael-haller-zur-zeitungsdebatte-a-917026.html>)

Die sich in diesen Umfragen und Beobachtungen gemäß Haller Ausdruck verschaffende Phänomen des „*unverstandenen Publikums*“ (Ebd.) kennzeichnet dieser als das „*zweite Missverständnis*“ (Ebd.).

Das „*dritte Missverständnis*“ (Ebd.) sieht Haller im „*journalistischen Angebot*“ (Ebd.) begründet. So beklagt er – für den Vergleichszeitraum von 12 Jahren - einen drastischen Rückgang der Nachrichtenmenge (Anzahl Ereignisberichte) bei gleichzeitigem Anstieg der konfektionierten Texte, die von Agenturen, Pressestellen etc. bezogen werden (Vgl. ebd.). Die Rechercheleistung habe leicht abgenommen, eine Vielfalt an Darstellungsformen gebe es „*bei den meisten Ressorts auch heute nicht*“ (Ebd.). Die Tageszeitungen liefen aufgrund der hier geschilderten Entwicklungen laut Haller Gefahr, die Interessen ihrer Leser nicht oder nur noch unzureichend zu bedienen. So behauptet er, dass sich auch aktuell die meisten Leser bzw. Abonnenten einer Zeitung einen „*versierten Gatekeeper, der Relevantes von Belanglosem zu trennen versteht*“ (Ebd.) wünschten sowie einen „*Rechercheur, der endlich mal aus Sicht des Publikums nachforscht und Missstände aufdeckt*“ (Ebd.). Darüber hinaus zählten „*hinter die Kulissen*“ (Ebd.) blickende Reportagen und „*Durchblick*“ (Ebd.) verschaffende Hintergrundgeschichten zu auf der Wunschliste der Rezipienten befindlichen Darstellungsformen,

die nur in unzureichendem Maß Berücksichtigung bei der inhaltlichen Gestaltung von Tageszeitungen fänden (Vgl. ebd.).

Einen sich argumentativ partiell an den von Haller anlehrenden Erklärungsversuch im Hinblick auf die Gründe der Zeitungskrise, unterbreitet der Leiter des „*wissenschaftlichen Instituts für Presseforschung und Medienberatung in Köln*“, Prof. Dr. *Andreas Vogel*. In einem mit der „TAZ“ geführten Interview (Vgl. *Fromm*, 2014) wehrt auch er sich gegen eine Ursachenforschung, die das Internet und die Onlinemedien mit ihren – im Gegensatz zu den Printmedien - frei verfügbaren Nachrichteninhalten zum Totengräber der auf Papier gedruckten Tageszeitungen stilisiert (Vgl. Ebd.). Hierbei bezieht er sich auf Erkenntnisse, die er im Rahmen der von ihm gemeinsam mit der „*Friedrich-Ebert-Stiftung*“ durchgeführten Studie „*Talfahrt der Tagespresse – Eine Ursachensuche*“ (Vgl. *Vogel*, 2014) gewinnen konnte. Für eine Argumentation, die das Internet bzw. die Onlinemedien als hauptverantwortlich für die Zeitungskrise kennzeichnet sieht *Vogel* keine faktische Grundlage gegeben: Angesprochen auf die Gründe, die zur Abbestellung ihres Abonnements geführt hätten, nenne „*kaum jemand*“ (Vgl. *Fromm*, 2014) aus der Gruppe regelmäßig befragter Ex-Abonnenten das Internet (Vgl. ebd.). Ähnlich dem Leipziger Professor *Haller* verweist auch *Vogel* in diesem Zusammenhang darauf, dass die „*Zeitungsauflagen bereits seit den 80er Jahren sinken*“ (Ebd.), die Krise ihre Geburtsstunde also bereits hinter sich hatte, noch bevor das Internet an gesellschaftlicher und medialer Bedeutung gewinnen konnte. Detaillierter als noch *Haller* kennzeichnet *Vogel* hierbei einen von ihm festgestellten, kulturell-gesellschaftlichen Wandel als (mit-)verantwortlich für diese Entwicklung (Vgl. ebd.). So beschreibt der in Bamberg dozierende Professor der Kommunikationswissenschaften die Tageszeitung als „*Statussymbol einer bürgerlichen Mitte*“ (Ebd.), welches seiner Meinung nach folgerichtig ab jenem Zeitpunkt an Relevanz verlor, an dem der Lebensentwurf eben dieser bürgerlichen Mitte Ende der 80er Jahre an Attraktivität einbüßte und sich an seiner Stelle eine „*Individualisierung der Leute*“ (Ebd.) sowie eine damit einhergehende Heterogenisierung der Gesellschaft vollzog (Vgl. ebd.). Beigepflichtet wird *Vogel* an dieser Stelle vom Kommunikationswissenschaftler *Peter Glotz*, der in seinem 2004 erschienenen Werk „*Online gegen Print: Zeitung und Zeitschrift im Wandel*“ konstatiert: „*Dabei sind die Gründe für die Reichweitenverluste der Tageszeitung vielfältig und bei weitem nicht nur in Verschiebungen im Medienkanon zu suchen. Die Tageszeitungen stehen einer sich differenzierenden Gesellschaft mit zunehmend individualisierten Lebensentwürfen und -milieus gegenüber.*“ (*Glotz/Meyer-Lucht*, 2004, S. 23)

Darüber hinaus attestiert Vogel den Verlagen – ähnlich wie *Haller* - Versäumnisse hinsichtlich der inhaltlichen Gestaltung der Tageszeitungen. So fühlten sich breite Leserschichten, unter ihnen „*Migranten, Großstadtsingles und ärmere Menschen*“ (Ebd.) durch die Zeitungsinhalte schlichtweg „*nicht mehr repräsentiert*“ (Ebd.). Die Journalisten, so *Vogel*, hätten es verpasst, die Auswirkungen des weiter oben beschriebenen gesellschaftlichen Wandels auf ihre eigene Branche zu beziehen (Vgl. ebd.). Das von ihm als „*traditionell*“ (Ebd.) bezeichnete Konzept der Tageszeitung, mit der „*Meldung als Kern*“ (Ebd.) sei darüber hinaus für die „*abwandernden Leserschaften uninteressant*“ (Ebd.) geworden.

Auch der Schweizer *Kurt Imhof*, Medienexperte und Professor an der Universität Zürich, spricht im Rahmen eines Interviews mit dem TV-Sender „3Sat“ den Verlagen einen Großteil der Schuld an der Krise der Tageszeitung zu (Vgl. *Tischer*, 2013). Durch die von diesen über einen langen Zeitraum hinweg kostenlos zur Verfügung gestellten Nachrichten und Gratiszeitungen, hätten die Herausgeber eine Situation erzeugt, in der das „*Preisbewusstsein beim Publikum für Journalismus gefallen ist*“ (Ebd.). Den Rezipienten sei das Gefühl vermittelt worden, Journalismus sei etwas, das sie „*gratis bekommen*“ (Ebd.) müssten (Vgl. ebd.). Weiterhin kritisiert *Imhof* – hier in den gleichen Kanon wie *Haller* und *Vogel* einstimmend – ein sinkendes Qualitätsbewusstsein auf Verlegerseite. Dieses stellt er darüber hinaus auch auf Seite der Rezipienten fest (Vgl. ebd.).

Einen von den weiter oben stehend dargelegten Erklärungsversuchen für die Zeitungskrise punktuell abweichenden Ansatz legt der TV-Moderator und 2013 für den Grimme-Preis nominierte Journalist *Richard Gutjahr* vor. In seinem ebenfalls bei „*Spiegel Online*“ erschienenen Artikel zum Thema „*Zeitung 2020*“ spricht er dem Internet bzw. den Onlinemedien, unumwundener als zum Beispiel *Haller* und *Vogel* es in ihren Artikeln tun, eine Art Teilschuld an der Krise der Printzeitung zu. *Gutjahr* verurteilt in diesem Kontext jedoch nicht etwa die Gratiskultur des World Wide Web, wie zum Beispiel *Imhof* es tut. „*Das Internet*“, so der Journalist und Blogger, habe die „*Zeitungen nicht getötet*“ (*Gutjahr*, 2013). Die ‚Schuld‘ des World Wide Web bestehe eher darin, dass es die Leser für die Verfehlungen des – oftmals nur vermeintlichen – „*Qualitätsjournalismus*“ (Ebd.) im Printbereich sensibilisiert habe. Das Internet habe den Rezipienten „*Vergleichsmöglichkeiten*“ (Ebd.) geboten und diesen somit ein Instrument zur Verfügung



gestellt, um „*Verlautbarungs-, Copy-and-Paste-Journalismus, umgeschriebenes PR-Material, als Information getarnte Mutmaßungen eines Redakteurs ohne jeden Quellenbeleg*“ (Ebd.) auf redaktioneller Seite herauszufiltern. Dem Rezipienten sei es möglich - da inzwischen durch Informationsbeschaffung im World Wide Web oftmals auf dem gleichen Kenntnisstand wie der „*Autor an seinem Redaktionsschreibtisch*“ (Ebd.) - etwaige journalistische Mängel im Rahmen der Artikelerstellung schneller und unmittelbarer festzustellen, als dies noch in der Vorzeit des Internets der Fall gewesen sei (Vgl. ebd.).

Auch der SPIEGEL-Reporter und Buchautor *Cordt Schnibben* kommt in seinen Ausführungen zu dem Schluss, dass das Internet bzw. die Onlinemedien zwar eine Rolle im Kontext der Zeitungskrise spielten, hierbei jedoch nicht die von ihnen kostenlos angebotenen Nachrichteninhalte oder – durch den Boom des Netzes ausgelöste – Veränderungen hinsichtlich der Mediennutzungsgewohnheiten per se zum Niedergang der gedruckten Tageszeitung geführt hätten (Vgl. *Schnibben*, 2013). So habe das Internet vielmehr bloß – durch Bereitstellung einer Alternative für die Rezipienten - aufmerksam auf jene Verfehlungen der Printmedien gemacht, die den eigentlichen Grund für Leserschwund und Abonnenten-Rückgang darstellten (Vgl. ebd.). Hier pflichtet ihm *Christian Jakubetz*, freier Journalist und Buchautor, bei, indem er in einem von ihm verfassten Artikel zum Thema „*Zeitung 2020*“ davon spricht, dass das Internet die „*Langsamkeit und Eindimensionalität*“ (*Jakubetz*, 2013) der gedruckten Zeitungen – die *Jakubetz* als „*liebenswürdige Saurier*“ titulierte - enttarnt habe. „*Das Internet*“, führt wiederum *Schnibben* fort, raube den Printmedien „*Kontrolle und den Heiligenschein*“ (*Schnibben*, 2013). Auf Papier gedruckte Tageszeitungen richteten sich – im Gegensatz zu ihren online erscheinenden Pendanten – hinsichtlich ihrer inhaltlichen Gestaltung nicht etwa nach den Leserinteressen, sondern seien „*redakteurgesteuert*“ (Ebd.). In diesem Zusammenhang spricht *Schnibben* gar von Print-Lesern als „*Gefangene des Journalisten*“ (Ebd.). Der Journalist stellt eine von den Printmedien zur Schau gestellte Einbahnstraßen-Mentalität fest: Wo das World Wide Web und die darin agierenden Onlinemedien Leser zu „*Gesprächspartnern, Korrektoren, Inspirateuren*“ (Ebd.) machten, würden seitens der Printmedien lediglich „*Care-Pakete*“ (Ebd.) über den Rezipienten abgeworfen (Vgl. ebd.).

Defizite in der inhaltlichen Gestaltung der Tageszeitungen stellt auch *Hatice Akyün*, Journalistin beim „*Tagesspiegel*“ und Buchautorin fest und beklagt hierbei vorrangig einen von ihr beobachteten „*Redundanz-Overkill*“ (*Akyün*, 2013) in der deutschen

Presselandschaft. So ließe sich bei Lektüre verschiedener Zeitungen feststellen, dass diese oftmals die beinahe gänzlich gleichen Inhalte anböten, die gleichen Quellen zitierten und in der Folge auch meist lediglich zu „*gleich gebürsteten*“ (Ebd.) Schlussfolgerungen gelangten (Vgl. ebd.). Ironisch zugespitzt konstatiert *Akyün*, dass Zeitungen die von ihr empfundene Langsamkeit – verglichen mit den Nachrichtenangeboten im Internet – durch „*Oberflächlichkeit*“ (Ebd.) wettzumachen versuchten und somit zum „*ausgedruckten Webbrowser auf Papier*“ (Ebd.) verkämen, dem die Autorin die Existenzberechtigung abspricht (Vgl. ebd.).

Eine Gruppe von Experten und Wissenschaftlern, die sich im Rahmen der Debatte um die Zeitungskrise äußern, vertreten jedoch auch die These, dass die Tageszeitung als das Opfer eines technologischen Fortschritts in Form des Internets und dem damit verbundenen Boom der Onlinemedien zu betrachten sei. Inhaltliche Defizite, wie sie zum Beispiel die weiter oben zitierten *Haller*, *Akyün*, *Gutjahr* und *Vogel* feststellen und als hauptverantwortlich für den Niedergang der Tageszeitung kennzeichnen, spielen für die Vertreter dieser ‚Technologie-These‘ nur eine untergeordnete Rolle. Der Österreicher *Armin Wolf*, stellvertretender Chefredakteur des in Wien ansässigen TV-Senders „*ORF*“, macht so nicht etwa oberflächliche Berichterstattung (wie zum Beispiel *Akyün*), oder „*Copy-and-Paste-Journalismus*“ (*Gutjahr*, 2013) hauptverantwortlich für rückgehende Leserzahlen im Printbereich, sondern kennzeichnet die Printkrise als logische Konsequenz des technologischen Fortschritts (Vgl. *Wolf*, 2013). Die Zeitung auf Papier empfindet *Wolf* als schlichtweg unpraktisch und anachronistisch, angesichts immer handlicherer und einfacher zu bedienender Datenträger wie zum Beispiel Tablets und Smartphones (Vgl. ebd.).

Ein Versuch, der darin bestünde, aus den von Seiten der Experten, Wissenschaftler und Brancheninternen geäußerten Ansätzen eine eindeutige und unantastbare Erklärung für die Gründe der Zeitungskrise herauszukristallisieren bzw. abzuleiten, wäre zum Scheitern verurteilt. Zu unterschiedlich stellen sich die weiter vorne dargelegten Erklärungsansätze der verschiedenen Experten in Teilen dar. ‚Den‘ Grund für die Krise scheint es – dies mag nicht überraschen - nicht zu geben. Jedoch lassen sich aus den Ausführungen der zuvor zitierten Wissenschaftler und Experten Tendenzen und Gemeinsamkeiten herausfiltern. So weisen die Ausführungen von zum Beispiel *Haller*, *Vogel*, *Gutjahr* und *Schnibben* eine herausstechende Übereinstimmung auf. Diese besteht darin, dass sie dem Internet bzw. den Onlinemedien keine direkte, alleinige Schuld am Zeitungssterben zuweisen, sondern die Gründe für den Rückgang in Leser-

zahlen und Umsätzen der Tageszeitungen viel eher in den – von ihnen dort ausgemachten – inhaltlichen und qualitativen Defiziten begründet sehen. Das Internet habe diese Defizite durch das Bereitstellen alternativer Informationsquellen lediglich für die Rezipienten sichtbar gemacht. Statt mit dem ausgestreckten Finger auf das World Wide Web zu zeigen, mahnen die Experten zur kritischen Selbstreflexion seitens der Redaktionen und Verlage. Im Besonderen das Beklagen fehlender originärer Zeitungsinhalte und das Feststellen in den Zeitungen erfolgreicher, oberflächlicher Berichterstattung sind den Ausführungen der Autoren gemein. Wo zum Beispiel *Gutjahr* einen „Copy and Paste Journalismus“ (*Gutjahr*, 2013) konstatiert, pflichtet ihm *Akyün* bei, indem sie den von ihr wahrgenommenen „Redundanz-Overkill“ (*Akyün*, 2013) schildert. Dem schließt sich auch *Haller* an, wenn er einen „Anstieg der konfektionierten Texte, die von Agenturen, Pressestellen etc. bezogen werden“ (*Haller*, 2013a) kritisiert. Auch in der expliziten Kritik an der – hier bereits angedeuteten – Oberflächlichkeit vieler Artikel sind einige der Experten vereint. *Akyün* nimmt so zum Beispiel vermehrt Zeitungen wahr, die Leser vergraulen, da die abgedruckten Artikel „nur über das Geschehen wischen“ (*Akyün*, 2013) und äußert – lediglich mit anderen Worten formuliert – die gleiche Kritik wie *Haller* oder *Gutjahr*, wenn diese das Fehlen eines nachforschenden und Missstände aufdeckenden Redakteurs, „fehlende Rechercheleistung“ (*Haller*, 2013A), oder von den Redakteuren „als Information getarnte Vermutungen ohne jeden Quellbeleg“ (*Gutjahr*, 2013) als Hauptgründe der Zeitungskrise kennzeichnen.

## 2.3 Lösungsansätze der Experten

So facettenreich sich die verschiedenartigen Erklärungsversuche seitens der Experten in Bezug auf die – vermeintlichen – Gründe der Zeitungskrise darstellen, so unterschiedlich sind auch die von ihnen vorgelegten Ratschläge und Handlungsanweisungen an die Zeitungsschaffenden zur Verbesserung der Situation und somit möglichen Wegen aus der Krise. Nach intensiver Sichtung zahlreicher, von den Experten diesbezüglich verfasster Artikel kristallisiert sich jedoch auch hier eine Art Tenor unter den verschiedenen Sachkennern heraus, werden Gemeinsamkeiten hinsichtlich der von ihnen für am effektivsten erachteten, zukünftigen Vorgehensweise erkennbar. Grob formuliert lassen sich die Wissenschaftler und Experten in zwei grobe Gruppen – jeweils abhängig von der von ihnen favorisierten ‚Rettungsstrategie‘ – eingliedern.

### 2.3.1 Kapitulation und Rückzug ins Digitale

So handelt es sich bei den Mitgliedern der ersten ermittelten Gruppe um die Verkündiger eines als definitiv zu erwartenden ‚Untergangs-Szenarios‘. Die von diesen präferierte Strategie ist die der Kapitulation, zumindest in Hinblick auf die Tageszeitung in gedruckter Form. Die hier zusammengefassten Journalisten, Experten und Medienwissenschaftler halten die auf Papier gedruckte Tageszeitung schlichtweg für ein dem Untergang geweihtes „Auslaufmodell“ (Kuttner, 2013). So ruft beispielsweise der österreichische Journalist *Michael Fleischhacker* in seinem 2014 erschienenen Buch „*Die Zeitung. Ein Nachruf*“ den Tod des Geschäftsmodells Tageszeitung (Vgl. Kuckel, 2014) aus. Auch der Journalist *Daniel Bröckerhoff* ist Vertreter einer fatalistischen Sichtweise in Hinblick auf die Zukunft der gedruckten Tageszeitung „in Papierform mit allerlei Nachrichten aus der Welt, dem Land und dem Ort, die einmal am Tag erscheint“ (Bröckerhoff, 2013). Diese, so Bröckerhoff, liege „im Sterben“ (Ebd.), lediglich für die „Institution Tageszeitung“ (Ebd.) – dann jedoch in abgeänderter, digitalisierter Form – bestehe noch die Chance auf eine zukünftig fortgeführte Existenz. „Fast nichts spricht für den Erhalt der gedruckten Zeitung“ (Jakubetz, 2013), pflichtet an anderer Stelle der Journalist und Autor *Christian Jakubetz* bei und fordert deshalb eine Einstellung der die Printzeitung betreffenden Rettungsbemühungen (Vgl. ebd.). Hierbei beruft er sich auf die – auch in Kapitel 2 der vorliegenden Arbeit abgebildeten – Statistiken zu Auflage- und Umsatzzahlen der Verlage, die einen „stetigen Sinkflug“ (Ebd.) der gedruckten Tageszeitung dokumentierten. Das „Produkt Tageszeitung“ (Ebd.) erreiche mit „wachsender Schnelligkeit das Endstadium seines Produktzyklus“ (Ebd.).

„Tageszeitungen sterben“ (Knüwer, 2013) konstatiert auch *Thomas Knüwer*, langjähriger Redakteur des „*Handelsblatt*“ und heute Geschäftsführer einer digitalen Strategieberatung. Laut Knüwer handele es sich bei der Tageszeitungen lediglich um eine „Technologie zur Informationsübermittlung“ (Ebd.), die nun von einer neuen Technologie – der des Internets und der den Internetzugang ermöglichenden Geräte – abgelöst werde (Vgl. ebd.). In diese Kerbe schlagen auch die Ausführungen von *Armin Wolf*, stellvertretender Chefredakteur des österreichischen TV-Senders „ORF“. Die technologische Weiterentwicklung bereits heute handlicher und einfach zu bedienender Lesegeräte werde den Printzeitungen mittel- bzw. langfristig das Grab bereiten (Vgl. Wolf, 2013). Angesichts von - in Zukunft womöglich entwickelten - „bei gleißendem Sonnenlicht“ (Ebd.) lesbaren „hauchdünnen Folien“ (Ebd.) mache es schlichtweg keinen Sinn mehr „Nachrichten auf teures Papier zu drucken, in Lastwägen durch das

*ganze Land zu fahren und mühsam zu verteilen“* (Ebd.). Das journalistische Produkt Tageszeitung sieht *Wolf* nicht zwingend an dessen Abdruck auf Papier gekoppelt, der stellvertretende Chefredakteur spricht in diesem Zusammenhang – hierbei die Aussagen *Knüwers* sinngemäß beinahe exakt wiederholend - davon, dass es sich bei der gedruckten Tageszeitung um eine Nachrichtenübertragungstechnik handle, die momentan und zukünftig von einer ihr überlegen Nachrichtenübertragungstechnik abgelöst werde (Vgl. ebd.). „*Steintafeln*“, so *Wolf*, seien schließlich auch durch „*leistungsfähigere Medien*“ (Ebd.) ersetzt worden.

*Mario Sixtus*, Journalist, Autor und Reporter beim TV-Sender „*ZDFinfo*“ ist – die von ihm angestellten Prognosen berücksichtigend – ebenso wie *Knüwer* und *Wolf* zur Gruppe der Wissenschaftler und Experten zuzurechnen, die ein baldig eintretendes Ende der auf Papier gedruckten Tageszeitung für unabwendbar erklären. So prognostiziert *Sixtus* ein baldiges Verschwinden der gedruckten Tageszeitungen aus dem Alltag der Rezipienten (*Sixtus*, 2013). In Zukunft würden diese lediglich für vereinzelte „*Liebhaber*“ (Ebd.) - analog zu den heute existierenden „*Vinyl-Schalplatten-Freunden*“ (Ebd.) und „*Kleinbild-Film-Fotografen*“ (Ebd.)- abgedruckt werden, ihren Status als Massenmedium jedoch verlieren (Vgl. ebd.). Er stimmt mit *Wolfs* Kritik an den ökonomisch-logistischen Anstrengungen überein, die mit der Produktion und Distribution der gedruckten Zeitung verknüpft sind. Diese werden von ihm ebenfalls als unverhältnismäßig betrachtet und stellen auch seiner Auffassung nach einen Hauptgrund für das von ihm erwartete, baldige Verschwinden der Printzeitung dar (Vgl. ebd.). So bezeichnet *Sixtus* es als „*Irrsinn, tonnenschwere, containergroße Papierrollen einzukaufen, in fußballfeldgroßen Druckmaschinen mit Bildern und Buchstaben zu bestreuen (...) und schließlich mit Güterwagen und Lkw zu Verkaufsständen und Abonnenten im ganzen Land zu karren*“ (Ebd.). *Sixtus* greift hiermit auf eine, mit der von *Wolf* konform gehende Argumentation zurück, der dieses Vorgehen – gerade auch in Anbetracht der Existenz von günstigen Alternativen in Form von Online-Inhalten, abrufbar auf modernen Lesegeräten wie Smartphones und I-Pads – als unzeitgemäß und wirtschaftlich unvernünftig kritisiert (Vgl. *Wolf*, 2013).

### 2.3.2 Externe Impulse

Aus den vorangestellten Äußerungen der verschiedenen Wissenschaftler und Journalisten geht hervor, dass viele der sich zum Thema Zeitungskrise äussernden Experten eine Kehrtwende hin zu einer positiven, mit einer Stabilisierung oder gar Steigerung der Auflage einhergehenden Entwicklung auf dem Sektor der gedruckten Tageszeitung – angesichts der Konkurrenz der als überlegen empfundenen Onlinemedien - für unwahrscheinlich bzw. unmöglich halten. Ihnen gegenüber positioniert sich jedoch eine Vielzahl von Experten und Brancheninternen, die sich derart pessimistischen Prognosen verweigern. Das zukünftige Aussterben der Tageszeitung als Massenmedium ist für sie keineswegs das einzig vorstellbare Szenario. Zwar stellen auch die Vertreter dieses Ansatzes die negative Entwicklung – dokumentiert durch sinkende Auflage, sinkende Anzeigenerlöse und schwindende Relevanz - der gedruckten Tageszeitung fest, halten jedoch eine Verbesserung der Situation, gar die Rettung der Tageszeitung für möglich. Die von verschiedenen Wissenschaftlern und Experten als notwendig erachteten Schritte für den Weg aus der Krise variieren hierbei indes stark.

Eine Gruppe von Wissenschaftlern, Experten und Brancheninternen stellt so etwa die besondere Bedeutung externer Impulse im Rahmen der Rettung der Tageszeitung heraus. So sieht der Autor und Journalist *Cordt Schnibben* im Rahmen seiner „11 Vorschläge für bessere Zeitungen“ (*Schnibben*, 2013) vor allem die Rezipienten in der Pflicht und fordert ein Bekenntnis des Lesers zu „seiner Zeitung“ (Ebd.) sowie dessen Bereitschaft, für journalistische Inhalte zu zahlen. Einen den Rezipienten in den Mittelpunkt stellenden Ansatz vertritt auch der Schweizer Medienforscher *Kurt Imhof*. Eine Erziehung des - journalistische Inhalte rezipierenden – Publikums hält dieser für unerlässlich (Vgl. *Tischer*, 2013). Die Konsumenten, durch das Bereitstellen von kostenlosen, journalistischen Erzeugnissen wie zum Beispiel Gratiszeitungen verzogen, müssten wieder lernen, ein „Preisbewusstsein für Journalismus“ (Ebd.) zu entwickeln. An dieser Stelle sieht *Imhof* die Verlage und Redaktionen in der Pflicht, deren „Qualitätsbewusstsein“ (Ebd.) er für verbesserungswürdig erachtet (Vgl. ebd.). Darüber hinaus schlägt der Medienforscher die Bereitstellung von Subventionen für Presseerzeugnisse vor (Vgl. ebd.). Diese sollten jedoch – anders als bereits andernorts geschehen (Vgl. zum Beispiel *Funck*, 2014) – von „staatsfernen Instituten“ (Vgl. *Tischer*, 2013) bereitgestellt werden. Hierin stimmt er mit *Helmut Heinen*, dem Präsident des *Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger (BDZV)*, überein, der zwar an die Politik appelliert „endlich faire Rahmenbedingungen“ (*Fuhrmann*, 2013) zu schaffen,

jedoch eine „*Presse, die von staatlichen Subventionen abhängig*“ (Ebd.) sei, entschieden ablehnt.

### 2.3.3 Qualitative Aufwertung der Tageszeitungsinhalte

Für einen die Macher und Gestalter der Tageszeitungen in den Fokus rückenden Lösungsansatz spricht sich indes eine dritte Gruppe von Forschern und Experten aus, unter ihnen der bereits eingangs des Kapitels zitierte, emeritierte Professor für Kommunikationsforschung, *Michael Haller*. Anstatt mit ausgestrecktem Zeigefinger auf das Internet zu zeigen und die dort angebotenen, journalistischen Gratisinhalte hauptverantwortlich für die Zeitungskrise zu machen, fordert *Haller* die Blattmacher dazu auf, im Rahmen der Gestaltung der Tageszeitung ihre „*eigene Rolle kritisch zu überprüfen und ggf. neu zu definieren*“ (*Haller*, 2014, Position 2062). Er beschreibt, dass - insbesondere junge – Zeitungsleser journalistische Inhalte in einer Zeitung erwarteten, die eine kritische Befragung (unter anderem in Interviewform) der „*Akteure und Funktionsträger*“ (Ebd., Position 1937) beinhalte. Er fordert die Redakteure auf, den Rezipienten in erhöhte Maße investigativen, „*hinter die Kulissen blickenden*“ (*Haller*, 2013a) Journalismus und „*Hintergrundgeschichten*“ (Ebd.) anzubieten, anstatt „*bereits die Frontseite mit lokalem Tinnel*“ (Ebd.) zu füllen. Darüber hinaus solle die Tageszeitung den Rezipienten verstärkt Orientierung bieten, ein „*versierter Gatekeeper*“ (Ebd.) sein, der den modernen Medienkonsumenten einen „*einordnenden Überblick*“ (Ebd.) über die – womöglich auch vor Lektüre der Tageszeitung bereits im Internet rezipierten Nachrichten – bietet.

Auch der Medienwissenschaftler *Andreas Vogel* spricht sich im Schlussteil seiner 2014 zum Thema Zeitungssterben der – regionalen – Tagespresse erschienen Studie mit dem Titel „*Talfahrt der Tagespresse – Eine Ursachensuche*“ (*Vogel*, 2014) für eine inhaltliche Umorientierung der Zeitungen aus. Im Rahmen dieser müssten den Rezipienten verstärkt „*journalistisch überprüfte Informationen, (...) Einordnungen dieser Informationen, (...) Interpretation dieser Informationen*“ (Ebd., S. 107) angeboten werden. Zusätzlich sieht *Vogel* in einem „*meinungsstarken Tagespresse-Journalismus*“ (Ebd.) Chancen für die Tageszeitung der Zukunft gegeben (Vgl. ebd.).

*Christian Lindner*, Chefredakteur der „*Rhein-Zeitung*“ sieht eben jene Chancen für eine erfolgreiche Zukunft der gedruckten Zeitung ausdrücklich mit einer durch deren Macher erfolgenden Besinnung auf das Alleinstellungsmerkmal des „*einordnenden Mediums*“

(Lindner, 2013) verknüpft. Anstatt sich im Rahmen eines Aktualitäts-Wettlaufs mit dem wesentlich schnelleren Internet aufzureiben, fordert Lindner die Zeitungsmacher zu einer Besinnung auf ein von ihm als Stärke empfundenen, „*altmodisches*“ (Ebd.) Charakteristikum der gedruckten Zeitung auf. „*Zeitungen*“, so der Chefredakteur, „*halten inne*“ (Ebd.). Hierin läge ihr – gegenüber zum Beispiel dem World Wide Web – wertvollstes Alleinstellungsmerkmal (Vgl. ebd.). In einer immer schneller Nachrichten generierenden und auf die Rezipienten einprasseln lassenden Welt besäße die Zeitung die Möglichkeit, einen „*ruhenden Content-Findling mit Tiefgang*“ (Ebd.) darzustellen sowie einen verlässlichen „*Zugang zum tiefgründigen Verständnis der Welt*“ (Ebd.) anzubieten. An dieser Stelle pflichtet ihm Dr. Carlo Imboden, Medienforscher und Erfinder des sogenannten Readerscan-Verfahrens (Vgl. Oberauer, 2009) bei. Auch dieser sieht in der Zeitung als News und Meldungen in den Vordergrund stellendes Medium keine Zukunft. Je jünger die Rezipienten von Zeitungsinhalten seien, desto weniger läsen diese die News-Spalten, in denen sich ohnehin nur vorfinden ließe, was „*man am Vortag bereits online lesen oder in der Tagesschau erfahren konnte*“ (Wirner, 2012). Von höherem Interesse seien für besagte Rezipienten „*vertiefende Hintergründe, Erklärungen, Analysen*“ (Ebd.). Auch Norbert Lammert, Präsident des deutschen Bundestags, schließt sich dieser Einschätzung an und konstatierte in diesem Zusammenhang bereits 2009: „*Das Internet (...) ist eher lexikalisch denn analytisch. Eine Tageszeitung, die sorgfältig arbeitet, ist eher analytisch denn lexikalisch.*“ (in Mast, 2012, S.265).

Jeff Jarvis, Journalistik-Professor, Journalist und Betreiber des einflussreichen Medienblogs „*buzzmachine.com*“ schließt sich den Forderungen der weiter oben genannten Experten nach einem auf Einordnung, Hintergrund und Analyse fokussierten Tageszeitungsjournalismus an. Auch er fordert von den Journalisten, dass diese dem „*Informationsfluss*“ (Jarvis, 2013) des - News in den Vordergrund stellenden - Internets einen Mehrwert hinzufügen müssten, sich generierend aus der ihrerseits erfolgenden Überprüfung von Fakten, Entlarvung von Gerüchten und dem Hinzufügen von „*Zusammenhängen und Erklärungen*“ (Ebd.). Zu mehr journalistischem Tiefgang im Rahmen der Produktion der Tageszeitung mahnt auch Hatice Akyün, Autorin und Journalistin beim „*Tagesspiegel*“, die Macher der Tageszeitungen. Die Zeitung solle sich auf ihre Kernkompetenzen, das was sie „*besser als andere Medien*“ (Akyün, 2013) könne, konzentrieren. So solle die Zeitung, anstatt lediglich – wie von Akyün oftmals festgestellt – über das „*Geschehen zu wischen*“ (Ebd.), sich auf eine auf Fakten und Tiefe basierende Berichterstattung konzentrieren (Vgl. ebd.). Diesbezüglich pflichtet ihr Miriam Meckel, Professorin für Kommunikationsmanagement an der Universität St. Gallen, in ihrem



„Plädoyer für den radikalen Anachronismus“ (Meckel, 2013) bei. Auch diese sieht in einer inhaltlichen Fokussierung auf Hintergründe und von subjektiven Eindrücken des Verfassers geprägte Darstellungsformen eine Chance für die zukünftige Tageszeitung liegen (Vgl. Ebd.). Anstatt sich auf einen Aktualitätswettlauf mit dem „*rasend schnellen*“ (Ebd.) und um Objektivierung bemühten „*Mainstreammedium*“ (Ebd.) des Internets einzulassen, solle die Zeitung subjektiv berichten, „*lange Stücke statt Infosnippets*“ (Ebd.) anbieten und sich um „*Hintergrund statt Faktenfetisch*“ (Ebd.) bemühen. Durch das Setzen eines solchen Gegenakzents zur im Netz erfolgenden Nachrichtenberichterstattung, so die Chefredakteurin der „*Wirtschaftswoche*“, werde die Tageszeitung zum subversiven „*Autorenblatt mit Weltweitsicht*“ (Ebd.), für das die Leser ihrer Einschätzung zufolge eine erhöhte Zahlungsbereitschaft aufbringen könnten (Vgl. Ebd.).

Gar „*11 Vorschläge für bessere Zeitungen*“ (Schnibben, 2013) offeriert der Journalist und Henri-Nannen-Preis-Gewinner Cordt Schnibben. Ähnlich wie Lindner, der ein durch die Zeitung beim Leser ausgelöstes „*Innehalten*“ (Lindner, 2013) zum Ziel zukünftiger Bemühungen seitens der Printredakteure erhoben sehen will (Vgl. ebd.), fordert auch Schnibben, dass die Tageszeitung zukünftig verstärkt auf Entschleunigung setze (Vgl. Schnibben, 2013). Hiermit einhergehen solle eine Fokussierung auf „*mehr Hintergrund, Einordnung, Meinung, Lesespaß*“ (Schnibben, 2013), wie sie auch von einem Großteil der zuvor zitierten Experten und Journalisten (Vgl. Haller, Akyün, Gutjahr, Meckel) als unerlässlich erachtet wird.

### 2.3.4 Lösungsansätze – Fazit

Kapitulation und ‚Rückzug‘ ins Digitale, Erziehung der Leserschaft zu verstärkter Zahlungsbereitschaft, externe Impulse in Form von durch Stiftungen bereitgestellte Fördergelder: Die von den Medienexperten und Wissenschaftlern kommunizierten Lösungsvorschläge, die Wege aus der Krise der Tageszeitung aufzeigen sollen, variieren stark.

Jedoch ist festzustellen, dass viele der ihre Einschätzung öffentlich ausbreitenden Forscher und Experten davon überzeugt sind, dass primär eine inhaltliche Umgestaltung der Tageszeitung einen entscheidenden Schritt aus der – laut ihnen von den Machern der Zeitung selbst verschuldeten - Misere darzustellen vermag. Die Forderungen der weiter oben zitierten Vertreter dieses Denkansatzes lassen sich sinngemäß wie folgt zusammenfassen: Um die Zeitung in gedruckter Form zu retten bedarf es einer Fokus-

sierung auf deren – von den Experten für solche befundenen – wertvollen Alleinstellungsmerkmale. Die Tageszeitung – so die Wissenschaftler und Experten – soll einen Gegenpol zum zwar schnellen und vor Aktualität strotzenden, aber gleichzeitig auch oftmals als oberflächlich und über die Maßen objektiv wahrgenommenen Internet darstellen. So soll die von den Experten erdachte Tageszeitung der Zukunft vor allen Dingen mehr Analyse betreiben, um den Lesern eine Einordnung der im Internet rezipierten Inhalte und Geschehnisse in übergeordnete Zusammenhänge offerieren zu können. Die Tageszeitung der Zukunft soll dem Leser Orientierung bieten und Erklärungen liefern, sich auf das Herausarbeiten von Hintergründen statt auf die bloße Darreichung der aktuellsten Nachrichten fokussieren.

Auch die zweite Hauptforderung der Experten zielt darauf ab, einen inhaltlichen Gegenpol zu den Onlinemedien zu bilden und hieraus ein die Leser bindendes Alleinstellungsmerkmal für die Tageszeitung zu generieren. So legen die Experten der zukünftigen Tageszeitung einen meinungsstärkeren Journalismus nah, der – stärker als bislang – subjektiv gefärbte Artikel und Inhalte in den Vordergrund rückt. Hiervon versprechen sich die Experten eine Profilschärfung der Tageszeitung durch Differenzierung vom, als zur Objektivierung und Relativierung neigenden Internet.

Die hier gewonnenen Erkenntnisse aufgreifend wird im sich anschließenden Teil der Arbeit eine Annäherung an die Beantwortung der Frage vorgenommen, welche der wichtigsten - im Rahmen der Tageszeitung verwendeten - journalistischen Darstellungsformen dem Erreichen dieser Ziele/der Expertenforderungen zuträglich sein können. Hieraus ergeben sich für die titelgebende Frage nach der möglichen Rolle der Darstellungsformen in der zukünftigen Tageszeitung notwendige Antworten. So erscheint ein vermehrter, intensiverer Einsatz bestimmter Darstellungsformen in der Tageszeitung der Zukunft zum Beispiel naheliegend, falls diese über Merkmale und Strukturen verfügen, die eine Realisierung der von Expertenseite eingeforderten Inhalte ermöglichen.

Das sich anschließende Kapitel wird einleitend eine Definition und Beschreibung verschiedener Darstellungsformen beinhalten, um deren Charakteristika im Anschluss mit den seitens der Wissenschaftler und Experten aufgestellten Forderungen für die Tageszeitung der Zukunft zu vergleichen. Auf diese Weise soll herausgearbeitet werden, welche der journalistischen Darstellungsformen als für die Veröffentlichung in der zukünftigen Tageszeitung besonders geeignet erscheint.

### 3 Journalistische Darstellungsformen und deren Eignung für die Tageszeitung der Zukunft

Um in einem nachfolgenden Schritt das Stilmittel des Storytelling und dessen - vermeintliche – Eignung im Rahmen der Gestaltung der gedruckten Tageszeitung der Zukunft zu untersuchen, werden zunächst einmal jene journalistischen Darstellungsformen herausgearbeitet, die, erfolgt eine Orientierung an den Gedankengängen der weiter oben zitierten Medienexperten, in der Zeitung der Zukunft aufgrund ihrer Charakteristika eine dominierende Rolle einnehmen könnten. Untersucht werden in diesem Zusammenhang die als am wichtigsten erachteten Darstellungsformen *Nachricht*, *Bericht*, *Hintergrundbericht (Report)*, *Reportage*, *Interview*, und *Kommentar*.

#### 3.1 Die Nachricht

„*When a dog bites a man, that's not news, but when a man bites a dog, that's news*“ (La Roche, 2013, S. 52) konstatierte bereits im Jahr 1880 John B. Bogart, zu diesem Zeitpunkt Lokalredakteur der in den USA erscheinenden Zeitung „*Sun*“ und lieferte hiermit den vielleicht meistzitierten, öffentlich dokumentierten Definitionsversuch für den Nachrichtenbegriff. Auf anschauliche Weise legt das Zitat dar, was auch nach La Roche „*eine Nachricht erst zur Nachricht macht*“ (Ebd., 2013, S. 75). So erachtet es auch der populäre deutsche Journalist und Journalismus-Professor in seiner „*Einführung in den praktischen Journalismus*“ (Ebd., 2013) als Grundvoraussetzung für eine *Nachricht*, dass sich das zu Berichtende vom Alltäglichen unterscheide, gemäß dem Motto: „*News is what's different.*“ (Ebd.). Andere Definitionsansätze beinhalten die Beschreibung der Nachricht als „*wichtige Information*“ (Mast, 2012, S.272), deren Bedeutung sich an der „*Bedeutung der Sache an sich*“ (Ebd.) sowie „*dem Interesse des Publikums an der Information*“ (Ebd.) ausrichte.

Zu den fünf Elementen einer Nachricht zählen laut La Roche *Aktualität*, *Allgemeines Interesse*, *Aufbau*, *Verständlichkeit* und *Objektivität* (Vgl. La Roche, 2013, S.78). Bevor im weiteren Verlauf dieses Unterpunkts jedoch näher auf besagte Elemente und weitere Besonderheiten der Darstellungsform Nachricht eingegangen wird, gilt es ein weiteres, für diese essenzielles Charakteristikum zu beachten: Die Nachricht ist per

definitionem *kurz*. So handelt es sich bei ihr nach wissenschaftlicher Einschätzung um eine „*bis zu dreißig Zeilen lange*“ (Neuberger/Kapern, 2013, S.46) Darstellungsform, bei deren Gestaltung das Hauptaugenmerk auf der „*Vermittlung von Informationen*“ (Mast, 2012, S.272) in möglichst knapper Form liegen solle (Vgl. ebd.). Werden in diesem Zusammenhang die Aussagen der - im Verlauf der vorliegenden Arbeit zitierten - Wissenschaftler und Experten herangezogen, wird deutlich, dass die Nachricht nicht zu den von diesen favorisierten Darstellungsformen einer zukünftigen Tageszeitung gehören kann. Die Nachricht als auf Aktualität und Knappheit fußende Darstellungsform vermag in keiner Weise die Rufe der Wissenschaftler und Experten nach Zeitungsinhalten, die mehr Tiefgang, Einordnung, Hintergrundinformationen, Berücksichtigung spezifischer Leserinteressen bieten zu erfüllen, allein schon aufgrund des ihr vorgegebenen, begrenzten Umfangs. Eine bedeutende Rolle der Darstellungsform *Nachricht* in der Tageszeitung der Zukunft sieht auch der Medienforscher *Andreas Vogel* als nicht absehbar an.

In Rahmen seiner 2014 veröffentlichten Studie „*Talfahrt der Tagespresse: Eine Ursachensuche*“ (Vgl. Vogel, 2014) konstatiert so auch Vogel: „(...) *das traditionelle Tageszeitungs-Konzept mit der Meldung als Kern hat keine Kraft mehr.*“ (Ebd., S. 105)

Für die Erreichung der von den Experten und Wissenschaftlern im Kontext der ‚Zeitung 2020‘ ausgerufenen - sich gegenüber der Vergangenheit nun verändert darstellenden – „*Informationszielen*“ („*mehr Hintergrund, mehr Erklärung, mehr Unmittelbarkeit*“ – siehe auch La Roche, 2013, S.151) erscheinen den Vertretern der Wissenschaft andere, „*informierende Darstellungsformen, die über die bloße Nachricht hinausreichen*“ (Ebd.), wie zum Beispiel der *Bericht*, die *Reportage* und das *Feature* besser geeignet (Vgl. ebd.). Diese Darstellungsformen werden in der Folge vorgestellt.

## 3.2 Der Bericht

„*Was ein Bericht ist, wird weder in der Wissenschaft, noch in der Praxisliteratur klar definiert.*“ (Mast, 2012, S. 272), heißt es an Stellen in der Fachliteratur. Dennoch bestehen Möglichkeiten der Abgrenzung des *Berichts* zu anderen Darstellungsformen wie zum Beispiel der *Nachricht* oder der *Reportage*. Ein *Bericht* wird so zum Beispiel als „*tatsachenbetonte Darstellungsform*“ (Ebd., S.275), der seine Leser „*gründlich*“ (Ebd.) mit Information über ein Ereignis bzw. eine Thematik versorge gekennzeichnet (Vgl.

ebd.). Im Vergleich zu einer *Nachricht*, als deren ausführliche Version der Bericht zuweilen beschrieben wird, weise dieser eine „*größere Länge*“ (Ebd., S. 276) und damit einhergehend die Möglichkeit der Schilderung von „*Zusammenhängen, Hintergründen, Vorgeschichte und Konsequenzen*“ (Ebd.) eines Ereignisses oder Themas auf, welche der *Nachricht* aufgrund ihres begrenzten Umfangs verwehrt bliebe (Vgl. ebd.). *La Roche* bezeichnet den Bericht – dies berücksichtigend - als „*großen Bruder*“ (*La Roche*, 2013, S.152) der *Nachricht*. An anderer Stelle in der Fachliteratur wird vom *Bericht* als Darstellungsform gesprochen, die immer dann verwendet werde, wenn „*die Tatsachen zu umfangreich sind, um in eine knappe Nachricht zu passen (...), und die Hintergründe spannender als die Neuigkeit an sich.*“ (*Menhard/Treede*, 2004, S.121). Der *Bericht* sollte Inhalte sachlich und neutral darstellen, die Person des ihn verfassenden Journalisten stets in den Hintergrund treten (Vgl. ebd.). Die hier eingeforderte „*Tatsachenorientierung*“ (Ebd.) ist wichtiges Charakteristikum der Darstellungsform, eine vereinzelte Aufnahme von Stimmungen und eine erkennbare Handschrift des Autors werden dem Bericht jedoch von Seiten der Wissenschaft zugestanden (*Mast*, 2012, S.276). „*Plötzlich kommentierende Einschübe*“ (*Mast*, 2012, S.278), die gegen das Prinzip der generell neutralen Schilderungsweise verstoßen, sorgten jedoch womöglich für Irritation beim Leser des Berichts und gesellten sich diesbezüglich zu anderen, laut Expertenmeinung zu unterlassenden Stilbrüchen wie „*Überspitzungen, Untertreibungen, oder Mängeln an Präzision bzw. Formulierung (...).*“ (Ebd.).

Hinsichtlich seines Aufbaus unterliegt der *Bericht* einer hierarchischen Gliederung nach abnehmender Wichtigkeit und weist in diesem Punkt Ähnlichkeiten mit der journalistischen Darstellungsform der *Nachricht* auf (Vgl. *La Roche*, 2013, S.93). Im Gegensatz zu dieser wird dieses Prinzip jedoch auf ganze Absätze und nicht – wie bei der *Nachricht* der Fall – auf Sätze angewandt (*Mast*, 2012, S.277). So enthält der erste Absatz, mit dem Begriff *Lead* gekennzeichnet, die wichtigsten Fakten, die Antworten auf die sogenannten „*W-Fragen*“ beantworten (Vgl. ebd.). In den darauffolgenden Absätzen nimmt die Wichtigkeit der dort dargelegten Informationen stetig ab (Vgl. ebd.).

Berichte können in die drei Unterformen *Tatsachenbericht*, *Handlungsbericht* und *Zitatenbericht* unterteilt werden (Vgl. Ebd.). Der *Tatsachenbericht* fasst Fakten zusammen, gewichtet und ordnet diese zu (Vgl. ebd.). Am seinem Anfang stehen die wichtigsten Informationen, die jeweils weniger wichtigen Informationen schließen sich an (Vgl. ebd.). Im *Handlungsbericht* werden die auf einen „*konkreten Endpunkt*“ (Ebd.) zuführenden Ereignisse wiedergegeben, hierbei wird der Endpunkt an den Anfang des

Berichts gestellt (Vgl. ebd.). Hiernach folgen die vom Autor als weniger bedeutend betrachteten (Einzel-)Informationen (Vgl. Ebd.). Im Rahmen des *Zitatenberichts* werden Aussagen in Reden, Manuskripten, Diskussionen und Interviews zusammengefasst (Vgl. ebd.). Ähnlich wie in den zwei zuvor dargelegten Unterformen des *Berichts* werden auch hier die wichtigsten Inhalte – die *Kernaussagen* – an den Anfang gestellt, zusätzliche, weniger wichtige Informationen schließen sich an (Vgl. ebd.).

Wird die journalistische Darstellungsform des *Berichts* auf ihre Eignung überprüft, die von den Experten und Wissenschaftlern für die zukünftige Tageszeitung geforderten (siehe Kapitel 2) Inhalte zu transportieren bzw. diesen eine Bühne zu bieten, erscheint der *Bericht* als hierfür zu Teilen geeignete Darstellungsform. So fordern die weiter oben zitierten Wissenschaftler und Experten von einer zukünftigen, auf Papier gedruckten Tageszeitung „mehr Tiefe, mehr Analyse“ (Gutjahr, 2013), sowie Darstellungsformen, die „hinter Kulissen blicken“ (Haller, 2013a) und eine Zeitung, die „mit Fakten und Tiefe (...) Strukturen offenlegt“ (Akyün, 2013). Der Bericht, als journalistische Darstellungsform, die „Zusammenhänge, Hintergründe, Vorgeschichte und Konsequenzen“ (Mast, 2012, S.276) schildert, scheint dies berücksichtigend – bei guter Umsetzung durch den jeweiligen Journalisten – die Möglichkeit bieten zu können, Zeitungsinhalte zu verwirklichen, die nicht lediglich „nur über das Geschehen wischen“ (Akyün, 2013). Als Darstellungsform, die – im Vergleich zur *Nachricht* – ein Thema „ausführlicher und tiefergehend“ (Mast, 2012, S. 276) bearbeitet und dem Leser „Vorgeschichte und Zusammenhänge sowie Ausblicke auf mögliche Entwicklungen“ (Ebd.) darlegen soll, verfügt der *Bericht* über das Potenzial, die von Expertenseite herangetragenen Forderungen nach mehr Einordnung der in der Tageszeitung präsentierten Informationen (Vgl. Vogel, 2014) sowie dem Hinzufügen von „Zusammenhängen und Erklärungen“ (Jarvis, 2013) erfüllen zu können.

### 3.3 Der Hintergrundbericht (Report)

Bei einem *Hintergrundbericht* – oft auch als *Report* bezeichnet – handelt es sich um eine Erweiterung des zuvor vorgestellten *Berichts*, die sich im Gegensatz zu diesem nicht auf die Dokumentation und Schilderung von Tatsachen und Ereignissen beschränkt, sondern dem Rezipienten darüber hinausgehend eine Deutung und Interpretation des Berichteten anbietet. So erhält der Leser eines *Hintergrundberichts* nicht ausschließlich Nachrichten, sondern auch eine „Beurteilung des Problems und Lö-

*sungsmöglichkeiten“* (Haller, 2008, S. 102). Häufiger Gegenstand von *Hintergrundberichten* sind „komplexe Problemthemen“ (Ebd., S. 103) – zum Beispiel Arbeitslosigkeit, Gaza-Konflikt -, die von Seite des Rezipienten nur dann intellektuell durchdrungen werden können, wenn seitens der Journalisten eine „umfangreiche Darstellung“ (Ebd.) erfolgt. Im Rahmen der Produktion eines Hintergrundberichts ist es Aufgabe der Redaktion, dem - hinsichtlich seiner zeitlichen Kapazitäten eingeschränkten – Leser eine „Problemerarbeitung“ (Ebd.) sowie eine „Einschätzung der Ursachen und Folgen des komplexen Problems“ (Ebd.) zu offerieren. Etwas prägnanter formuliert macht es sich der Verfasser eines Hintergrundberichts also zur Aufgabe, im Rahmen eines einzigen Artikels komplexe Wirkungszusammenhänge aufzuklären (Vgl. Ebd.).

Der Aufbau des Hintergrundberichts gestaltet sich – nach Haller - wie folgt: Zu Beginn des Artikels wird ein Einzelfall präsentiert, von welchem in der Folge der Sprung „ins Allgemeine und Analysierende“ (Ebd.) vollzogen wird und zuvor aufgestellte Behauptungen belegt werden. Hierbei erachtet es Haller als wichtig, dass der „Zusammenhang zwischen Strukturproblemen und Alltagswelt“ (Ebd., S.279) veranschaulichend dargestellt werde (Vgl. ebd.). In diesem Zusammenhang betont der Medienwissenschaftler, dass die Mindestlänge für einen von ihm als seriös erachteten Hintergrundbericht „8.000 Zeichen“ (Ebd.) betragen müsse (Vgl. ebd.).

Nach erfolgter Vergegenwärtigung der Charakteristika des *Hintergrundberichts* wird erkennbar, dass diese sich quasi deckungsgleich zu dem von den Experten und Wissenschaftlern herausgearbeiteten Anforderungsprofil für die Inhalte der Tageszeitung der Zukunft verhalten. Die seitens der Experten vorgetragenen Forderungen nach „aufdeckenden Recherchen“ (Haller, 2013), nach der Tageszeitung als Bühne auf der „mehrere Standpunkte nebeneinander in den Wettbewerb treten“ (Akyün, 2013), nach einer Zeitung, die „mehr Hintergrund und Einordnung“ (Schnibben, 2013) sowie „Hilfestellung, um den Nachrichtenprozess zu verstehen“ (Lobo, 2012) und Interpretation der Informationen (Vgl. Vogel, 2014, S. 107) bietet: All dies scheint der *Hintergrundbericht* als journalistische Darstellungsform, die eine „Deutung“ (Haller, 2008, S. 102) der behandelten Themen, und die „Aufklärung eines sehr komplexen Wirkungszusammenhangs“ (Mast, 2012, S. 278) zum Ziel hat, leisten zu können. Der *Hintergrundbericht* (Report) offeriert den Lesern eine „vorläufig endgültige Einschätzung“ (Haller, 2008, S. 103) bezüglich der „Ursachen und Folgen“ (Ebd.) einer – oftmals schwer zu überschauenden – Thematik bzw. Problematik. Die Darstellungsform kann somit als Vehikel für journalistische Inhalte dienen, die in Form von „Erklärungen, Hintergründe,

*Analysen*“ (Lobo, 2012) mehr als die - von den Experten kritisierte - „*rein faktische Berichterstattung*“ (Ebd.) bieten.

Im Rahmen seiner Studie zur „*Talfahrt der Tagespresse: Eine Ursachensuche*“ (Vgl. Vogel, 2014) stellt darüber hinaus der Medienwissenschaftler *Andreas Vogel* heraus, dass viele der potenziellen Rezipienten der Tageszeitung sich von den darin behandelten Themen schlichtweg nicht mehr repräsentiert fühlten. Da die im *Hintergrundbericht* behandelten Themen oftmals „*Problemthemen*“ (Haller, 2008, S. 103) sind, „*denen die Bürger, Konsumenten, Eltern, Stadtbewohner ausgesetzt sind*“ (Ebd.) könnte durch die verstärkte Verwendung dieser Darstellungsform sichergestellt werden, dass die Lücke zwischen thematischer Erwartungshaltung der Rezipienten und Inhalten der Zeitung zumindest ansatzweise geschlossen wird.

Beachtet werden müssen in diesem Zusammenhang jedoch auf die Anforderungen, welche die Produktion eines vollwertigen Hintergrundberichts für die Redaktion einer Tageszeitung mit sich bringt. So kennzeichnet beispielsweise *Michael Haller* den *Report* (Hintergrundbericht) als eine „*Spezialität der großen Zeitschriften*“ (Haller, 2008, S.104) und – hier etwas salopp formulierend - als „*ganz schön aufwendig*“ (Ebd.). Der den *Report* verfassende Journalist müsse über „*Kenntnisse wissenschaftlicher Methoden, genügend Zeit, genug Spesen (...)*“ (Ebd.) verfügen. „*Seriöse Reports*“ (Ebd.), so der emeritierte Journalistik-Professor, könnten sich dies berücksichtigend „*in der Tagespresse nur wenige große Zeitungen*“ (Ebd.) überhaupt leisten. Angesichts der – in Kapitel 2 dargestellten – krisenhaften Situation der Zeitungsbranche, gekennzeichnet von Stellenstreichungen in Redaktionen und einem vielerorts rigide durchgesetzten Sparkurs (Vgl. *Funck*, 2014) ist zu bezweifeln, dass der *Report* regelmäßig Einzug in den inhaltlichen Mix gerade kleinerer Zeitungen, fernab von „*FAZ*“, „*Süddeutsche*“ und Co. halten wird.

### 3.4 Die Reportage

An Stellen in der Fachliteratur wird die *Reportage* als „*Königsdiziplin des Journalismus*“ (*Neuberger/Kapern*, 2013, S.50) bezeichnet. Neben den bereits zuvor geschilderten, journalistischen Darstellungsformen der *Nachricht* und des *Berichts* ist auch die der *Reportage* den „*tatsachenorientierten*“ (*Mast*, 2012, S.279) Stilformen zuzuordnen. Hierbei gilt es zu beachten, dass die *Reportage* nur in seltenen Fällen einen „*Ersatz für*



*Nachricht oder Bericht*“ (La Roche, 2013, S.156) darstellen kann, sondern es sich bei ihr viel mehr um deren jeweilige „*Ergänzung*“ (Ebd.) handelt. Im Rahmen der *Reportage* schildert ein Reporter ein von ihm selbst – als Augenzeuge - beobachtetes Geschehen (Vgl. Leinemann in Haller, 2008, S.251) und versucht, das Erlebte den Rezipienten „*unmittelbar*“ (La Roche, 2013, S.156) nahezubringen. Hierbei orientiert er sich an Tatsachen, recherchiert – ähnlich wie bei der *Nachricht* – gründlich, lässt jedoch auch zwingend seine subjektiven Eindrücke von den Geschehnissen in das von ihm Verfassete einfließen. Anforderung an den Journalisten ist es, „*in das Geschehen einzutauchen*“ (Mast, 2012, S.280) und als „*Auge des Publikums*“ (Ebd.) zu fungieren. Dem Rezipienten eines *Reportage*-Artikels soll es hierdurch ermöglicht werden, „*mitzufühlen, mitzusehen, mitzuhören, mitzuriechen und mitzuschmecken*“ (Menhard/Treede, 2004, S.122).

Zu den Elementen einer gelungenen *Reportage* zählen – so der Medienforscher und emeritierte Professor Michael Haller – „*der Einstieg, der Kontrast und der Spannungsbogen*“ (in Mast, 2012, S.282). Durch einen szenischen Einstieg, der die Leser ohne Umschweife ins Geschehen katapultiere, solle Spannung erzeugt werden, die durch das Mittel des „*Wechsels*“ (Ebd.) aufrechterhalten werden könne (Vgl. ebd.). Gewechselt werden könne im Rahmen einer *Reportage* zum Beispiel die Perspektive (Vgl. ebd.). So könne der einleitende Teil einer *Reportage* beispielsweise die Schilderung eines Ereignisses „*von außen*“ (Ebd.) beinhalten, bevor durch einen Wechsel der Perspektive (nun schildert der Reporter seine subjektiven Empfindungen im Kontext des Ereignisses) ein Spannung erzeugender Kontrast aufgebaut werde (Vgl. Ebd.). Auch ein Wechsel der *Tempi* stelle, so Haller, eine Möglichkeit der Kontrastierung dar (Vgl. ebd.). So steigere der journalistische Rückgriff auf die Gegenwartsform das Tempo einer *Reportage* und mache diese „*mitreißender und lebendiger*“ (Ebd.). Die Verwendung der Vergangenheitsform führe hingegen dazu, dass die Geschichte „*behäbiger*“ (Ebd.)daherkomme. Eine weitere Möglichkeit, um einen Spannung erzeugenden Wechsel herbeizuführen, sieht Haller im Umschwenken von der „*Naheinstellung*“ (Ebd.) auf die „*Gesamtsicht*“ (Ebd.) gegeben. Dies könne erfolgen, indem zum Beispiel der Schilderung des Einzelschicksals eines Flüchtlings Informationen über die allgemeine Situation von dessen Heimatland zur Seite gestellt werden (Vgl. Ebd.). Auch einen Wechsel der „*formalen Mittel*“ (Ebd.) macht Haller als Option aus, indem er darlegt: „*Mit einem Stimmungsbild kann beispielsweise zunächst Atmosphäre geschaffen*

werden, dann können Erlebnisse hinzukommen, die durch Zitate und Dokumentationen aufgelockert werden“ (Ebd., S.283).

Hinsichtlich ihres Aufbaus ist die Reportage – hier weicht sie von zum Beispiel *Nachricht* und *Bericht* ab – nicht hierarchisch, sondern dramaturgisch gegliedert, das Prinzip der abnehmenden Wichtigkeit ist für sie nicht ausschlaggebend. Anstatt also die als am wichtigsten erachteten Informationen in den ersten Abschnitt zu integrieren und die Folgeabschnitte mit immer weniger wichtig werdenden Fakten zu füllen, sollte der Verfasser der Reportage darauf achten, dass diese über die ganze Dauer ihres Verlaufs immer wieder „Höhepunkte“ (La Roche, 2013, S.162) enthält. Auch die Gestaltung eines mit einer Pointe veredelten Schlussteils wird in Teilen der Fachliteratur als Charakteristikum einer gelungenen Reportage herausgestellt, das zu großen Teilen für den von dieser hinterlassenen Gesamteindruck verantwortlich gekennzeichnet wird (Ebd.). Stilistisch betrachtet ist es zudem Merkmal einer gelungenen Reportage, dass ihr Verfasser durch „*bildhaftes Schreiben (...) Bilder in den Köpfen der Leser*“ (Mast, 2012, S.283) entstehen lässt, es hierbei jedoch vermeidet „*konkrete Bilder in abstrakte Formulierungen aufzulösen*“ (Ebd.). Darüber hinaus wird auch das gezielte Weglassen von überflüssigen, die Reportage als „*bloße Aufzählung von Fakten*“ (Ebd.) erscheinen lassenden Informationen in Teilen der Fachliteratur als wichtiges Charakteristikum der Darstellungsform herausgestellt (Vgl. Ebd.).

Die Eignung der journalistischen Darstellungsform der *Reportage* für die Tageszeitung der Zukunft muss – werden die Charakteristika der Darstellungsform mit den von den Wissenschaftlern und Experten formulierten Anforderungen an die zukünftige Tageszeitung verglichen – differenziert betrachtet werden. Auf der einen Seite darf bezweifelt werden, dass es der journalistischen Darstellungsform der *Reportage* gelingt, die von zum Beispiel dem Medienwissenschaftler *Michael Haller* geforderte „*Orientierungsfunktion*“ (Haller, 2013a) zu erfüllen. So verlangt der emeritierte Professor der Journalistik von der Zeitung der Zukunft, dass sie einen „*versierten Gatekeeper*“ (Ebd.) darstelle, der „*Relevantes von Belanglosem*“ (Ebd.) trenne. Auch *Christian Lindner*, Chefredakteur der „*Rhein-Zeitung*“, sieht die Hauptaufgabe von Zeitungen und den dort dargelegten Inhalten darin, das Weltgeschehen zu „*sortieren und skalieren*“ (Lindner, 2013). Die *Reportage* ist hingegen weniger auf die Einordnung von Geschehnissen in einen übergeordneten Zusammenhang ausgerichtet, die für die in Kapitel 2 zitierten Wissenschaftler und Experten eine der Hauptanforderungen an die Tageszeitung der Zukunft darstellt. Die *Reportage* richtet ihren Fokus hingegen auf die detaillierte Schilderung

eines konkreten Ereignisses (vgl. Mast, 2012, S.280). Sie berichtet über „*Beispielfälle*“ (Ebd.) und liefert „*Ausschnitte aus der Wirklichkeit*“ (Ebd.), anstatt komplexe „*Gesamtzusammenhänge*“ (Ebd.) zu analysieren. Somit erscheint die Darstellungsform auch als tendenziell ungeeignet, um „*Hintergrundgeschichten*“ (Haller, 2013) zu bieten, „*Strukturen offenzulegen*“ (Akyün, 2013), oder „*Standpunkte nebeneinander in den Wettbewerb treten zu lassen*“ (Ebd.).

Auf der anderen Seite vermag es die *Reportage*, durch das von ihrem Verfasser vollzogene Eintauchen ins Geschehen und die detaillierte, mit den subjektiven Eindrücken des Reporters angereicherte Schilderung des beobachteten Geschehens, jene inhaltliche Tiefe zu bieten, die unter anderem Gutjahr und Akyün von zukünftigen Tageszeitungsinhalten einfordern (Vgl. Gutjahr, 2013 und Akyün, 2013). Anstatt lediglich „*über das Geschehene zu wischen*“ (Akyün, 2013) - wie zum Beispiel die *Nachricht* aufgrund der vorgegebenen Maximallänge - kann die Reportage dieses „*so konkret und anschaulich wie möglich*“ (La Roche, 2013, S.157) darstellen und zusätzlich zu Argumenten auch „*Emotionen vermitteln*“ (Mast, 2012, S.280). Auch die von Miriam Meckel, St. Gallener Professorin für Kommunikationswissenschaften, geforderte „*Subjektivität*“, die in den Artikeln der zukünftigen Tageszeitung Einzug halten solle (Meckel, 2013), vermag die *Reportage* als „*subjektivste aller Darstellungsformen*“ (Haller, 2008, S. 13) zu bieten, von der in der Fachliteratur die Schilderung „*persönlicher Erlebnisse*“ (Mast, 2012, S.279) des jeweiligen Reporters erwartet wird. Ihre Stärken könnte die *Reportage* im Rahmen zukünftiger Tageszeitungen also immer dann ausspielen, wenn durch die detaillierte, mit subjektiven Eindrücken unterfütterte Schilderung von zum Beispiel Missständen und Notsituationen (man denke in diesem Zusammenhang beispielsweise an *Reportagen* über marode Flüchtlingsheime und die Situation der dort Untergebrachten) emotionale Tiefe erzeugt werden soll.

Ähnlich wie bei der zuvor beschriebenen Darstellungsform *Hintergrundbericht* müssen auch bezüglich der *Reportage* die besonderen, mit deren Produktion einhergehenden Anforderungen an Journalisten und Macher der Tageszeitung besonders beachtet werden. So sieht die Lehrbuchdefinition für die Darstellungsform zwingend vor, dass der verfassende Journalist Augenzeuge des von ihm in der *Reportage* beschriebenen, besonderen Ereignisses war. Setzt man voraus, dass sich nicht jedes, für die Verarbeitung in einer *Reportage* geeignete Ereignis zufällig in unmittelbarer Nähe zu den Redaktionsräumen einer jeweiligen Tageszeitung zuträgt, bedeutet dies, dass den recherchierenden Redakteuren – oftmals nicht unerhebliche - Reisekosten und Spesen

seitens der Zeitung erstattet werden müssen. Auch der zeitliche, mit der Produktion einer *Reportage* verbundene Aufwand muss in diesem Zusammenhang Berücksichtigung erfahren. Die *Reportage* erzählt – bei lehrbuchartiger Gestaltung – stets eine, nach dramaturgischen Gesichtspunkten gebaute *Geschichte* mit Hauptcharakteren, einer Handlung, womöglich einem Konflikt und mehreren Wendepunkten. Anders als bei zum Beispiel *Nachricht* und *Bericht* reicht es im Zuge der Erstellung einer *Reportage* also nicht, ‚lediglich‘ die Informationen und Fakten zu einem Ereignis bzw. zu einer Thematik zu recherchieren und – dem hierarchischen Prinzip der abnehmenden Wichtigkeit folgend – umzusetzen, sondern müssen vom verfassenden Journalisten zusätzlich noch dramaturgische, gestalterische Erwägungen unternommen werden.

### 3.5 Das Feature

Um eine oftmals im selben Atemzug mit der *Reportage* genannte, sich inhaltlich jedoch von dieser „*deutlich unterscheidende*“ (Mast, 2012, S.284) bzw. „*funktional zu unterscheidende*“ (Haller, 2008, S. 88), journalistische Darstellungsform handelt es sich beim sogenannten *Feature*. Während der Verfasser einer *Reportage* in ihr das Einmalige, Besondere und Einzigartige der jeweils beschriebenen Personen oder Ereignisse herausstellen will (Vgl. Neuberger/Kapern, 2013, S.50), versucht der Verfasser eines *Features*, „*abstrakte Sachverhalte durch Anschaulichkeit ins Konkrete der Alltagserfahrung zu übersetzen*“ (Ebd. S.48). Anders als bei der *Reportage* wird beim *Feature* also die Beschreibung von Einzelpersonen, Einzelschicksalen und Einzelereignissen in den Vordergrund gerückt, um anhand derer eine allgemeine Thematik bzw. Problematik aufzuzeigen. Während die *Reportage* die explizite Darlegung der Gesamtzusammenhänge vernachlässigt, ist es Zielsetzung des *Features* eben diese durch Veranschaulichung am konkreten Beispiel herauszustellen. Kennzeichnende Charakteristika des *Features* sind der hier beschriebene, stete Wechsel zwischen „*Anschauung und Abstraktion*“ (La Roche, 2013, S.164) sowie jener zwischen „*Schilderung und Schlussfolgerung*“ (Ebd.). So schildert der Journalist im Rahmen des *Features* eine konkrete Situation – bis hier verhält sich die Vorgehensweise ähnlich zu der beim Erstellen einer *Reportage* – und präsentiert im Anschluss eine von ihm herausgearbeitete Schlussfolgerung oder Einschätzung der durch die exemplarische Einzelsituation aufgezeigten Gesamtsituation (Vgl. ebd.). Im Gegensatz zu einer *Reportage* individualisiert das *Feature* die darin geschilderten Szenen oder Personen nicht, sondern typisiert sie, sodass der Leser deren Austauschbarkeit erkennen kann (Vgl. Mast, 2012, S.284). Der Medi-

enforscher *Michael Haller* schreibt hierzu: „Gerade dank der mangelnden Individualisierung der Personen und Situationen erfasst der Leser deren Repräsentativität.“ (Haller, 2008, S.86).

Das *Feature* lässt sich darüber hinaus auch „durch den Wirkungsaspekt“ (Ebd. S.285) charakterisieren, also dadurch, welche Emotionen und Assoziationen es bei den Rezipienten auslöst. Die journalistische Darstellungsform wird in diesem Kontext von Teilen der Fachliteratur auch als „Synonym für Infotainment“ (Ebd. S.286) gekennzeichnet, das den Leser unterhalten und neugierig machen und ihn beim „Prozess des Verstehens“ (Ebd.) „an die Hand“ (Ebd.) nehmen soll. Hierbei kann das *Feature* auf verschiedenste Stilmittel zurückgreifen, ist diesbezüglich wesentlich weniger eingeschränkt als andere, informierende Darstellungsformen wie zum Beispiel die *Nachricht* oder der *Bericht*. So wird zum Beispiel auch der journalistische Rückgriff auf das Verfassen fiktiver Szenen oder Szenarien und deren Integration in das *Feature* von der Fachliteratur als durchaus zulässig gekennzeichnet, sofern diese dem Zweck der Veranschaulichung dienen (Mast, 2012, S.284).

Werden die weiter oben geschilderten Charakteristika des *Features* einem Abgleich mit den von den Wissenschaftlern und Experten aufgestellten Forderungen für die Tageszeitung der Zukunft unterzogen, wird deutlich, dass das *Feature* als beinahe prädestiniert erscheint, um zukünftig eine bedeutende Rolle im Rahmen der Gestaltung von Tageszeitungen einzunehmen. So handelt es sich beim *Feature* um eine journalistische Darstellungsform, die dem verfassenden Journalisten eine hohe „Bewegungsfreiheit und Kreativität“ (Ebd.) gewährt und somit zum Beispiel der von *Richard Gutjahr* geforderten „Experimentierfreude“ (Gutjahr, 2013) und dem von *Miriam Meckel* herbeigesehnten „experimentellem Mut“ (Meckel, 2013) entgegenkommt. Auch die von *Manfred Bissinger*, Publizist und ehemaliger Chefredakteur von u.a. „Die Woche“, von der Tageszeitung eingeforderte Bändigung und Sortierung von Informationen (in Mast, 2012, S.308) kann das *Feature* als Darstellungsform, die sich der Komplexitätsreduktion „eines schwierigen, wenig überschaubaren Themas“ (Neuberger/Kapern, 2013, S.48) widmet, gewährleisten. Wo der Medienexperte *Sascha Lobo* von in der Zeitung der Zukunft erscheinenden Artikeln eine den Rezipienten unterbreitete „Hilfestellung, um den Nachrichtenprozess zu verstehen“ (Lobo, 2012) herbeisehnt, bietet das – gelungene - *Feature* eine Veranschaulichung „abstrakter Sachverhalte mit Hilfe von typischen Situationen“ (Mast, 2012, S.284). Während der *Reportage* in Reinform die Möglichkeit zur von Expertenseite geforderten Einordnung von Informationen und dem

Offenlegen von Strukturen abgeht, da in ihr meist detailliert ein „*einmaliges und besonderes Geschehnis*“ (Haller, 2008, S. 85) behandelt wird, kann das *Feature* durch den charakteristischen Wechsel zwischen „*Anschauung und Abstraktion*“ (La Roche, 2013, S.164) dafür sorgen, dass „*Strukturen nachvollziehbar*“ (Haller, 2008, S. 90) werden. Darüber hinaus ist es dem verfassenden Autor im Kontext des *Features* – anders als bei der *Reportage* – erlaubt „*auch fiktive Szenen oder ganze Szenarien zu verwenden*“ (Mast, 2012, S. 284), um das primäre Ziel des *Features* – die Veranschaulichung komplexer Thematiken – zu verwirklichen. Die im Zuge dessen oftmals möglichen Einsparungen – keine Spesen und Reisekosten des Autors, dieser muss einem Geschehnis nicht als Augenzeuge beiwohnen – können dem *Feature* gegenüber der *Reportage* als überaus vorteilhaft angerechnet werden. Für den verstärkten Einsatz in der von Experten und Wissenschaftlern theoretisch konzipierten Tageszeitung der Zukunft scheint das *Feature* somit überaus geeignet.

### 3.6 Das Interview

Bei einem *Interview* handelt es sich – im Kontext journalistischer Tätigkeiten - um eine journalistische Darstellungsform, die in drei Grundformen unterschieden werden kann (vgl. La Roche, 2013, S.167 f.): Das *Interview zur Sache*, das *Meinungsinterview*, und das *Interview zur Person* (vgl. ebd.).

Beim *Interview zur Sache* zielt der Journalist darauf ab, Fakten und Informationen zu einer bestimmten Begebenheit zu ermitteln (vgl. ebd.). Im Zentrum des journalistischen Interesses stehen hier also nicht der Befragte und seine Persönlichkeit, sondern interessante Sachverhalte und/oder Geschehnisse (Vgl. Haller, 2013b, S.128). Der Befragte ist folgerichtig „*umso interessanter*“ (Ebd.), je mehr Fachwissen, Expertise und Hintergrundinformationen er in Bezug auf das im *Interview* behandelte Thema einbringen kann (Vgl. ebd.). Besagte, sachbezogene *Interviews* erfüllen nach Haller (2013b) „*drei Informationsaufgaben*“. So wird - meist einleitend - eine *Abklärung* unternommen, welche die Kompetenz des Interviewten in Bezug auf das Thema und dessen Beziehung zu selbigem herausstellen soll (Vgl. ebd.). Hierauf folgt in der Regel der Hauptteil des Interviews, in dem Sachverhalte – durch ihre Darstellung, Klärung und ggf. Bewertung (Vgl. ebd., S. 129) – erörtert werden. Im sich anschließenden, letzten Teil des Interviews erfolgt eine „*Einordnung der gewonnenen Darlegung*“ (Ebd.) Im Rahmen

dieser wird Bezug genommen auf die – oft von denen des Interviewten abweichenden – Auffassungen anderer, nicht am Interview beteiligter Personen (Vgl. ebd.).

Das *Meinungsinterview* konzentriert sich auf die vom Interviewpartner vertretenen Meinungen, dessen subjektive Einschätzungen und Prognosen zu einer Thematik (Vgl. La Roche, 2013, S.129).

Im Rahmen eines *Interviews zur Person* ist es für den Journalisten von vorrangiger Bedeutung, durch gezielte Fragestellung Biographisches und Persönliches über den jeweiligen Interviewpartner zu ermitteln und den Rezipienten so ein Bild von dessen Charakter und speziellen Merkmalen gewinnen zu lassen (vgl. ebd.). Grundsätzlich soll das *Interview* den Lesern eine auf möglichst unterhaltsame Weise erfolgende Darstellung von „*Wissen, Meinungen und Denkweisen*“ (Mast, 2012, S.298) interessanter – oftmals einer breiten Öffentlichkeit bekannter - Personen anbieten (Vgl. ebd.).

Der Aufbau des Interviews „*ist durch Fragen und Antworten klar vorgegeben*“ (vgl. La Roche, 2013, S.129). Wichtig ist es hierbei, dass dem Rezipienten die Zusammenhänge rund um das Interview erklärt werden, diesem durch beispielsweise das Hinzufügen von Infoboxen und die Integration eines vor dem eigentlichen Interview platzierten Vorspanns Informationen über die interviewte Person und/oder die im Interview besprochene Thematik angeboten werden (Vgl. ebd.).

Den Verlauf des Interviews „*steuert der Journalist (...) mit seinen Fragen*“ (Neuberger/Kapern, 2013, S.51). Präsentiert werden kann ein Interview in unterschiedlichen Formen. So kann zum Beispiel der vollständige Dialog, der zwischen Interviewer und Interviewtem im Rahmen eines „*Frage-und-Antwort-Spiels zu einem bestimmten Themenkreis*“ (Mast, 2012, S.298) entstanden ist, wiedergegeben und abgedruckt werden. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit der Veröffentlichung des *Kurzinterviews*, das aus nur „*drei bis vier knappen Fragen*“ (Ebd.) und den jeweils darauf erfolgten Antworten besteht. Zusätzlich existiert die Option der Publikation eines *gebauten Interviews*, das zwischen den Fragen und Antworten Einschübe vorweist, die zum Beispiel eine Schilderung oder Charakterisierung des Interviewpartners beinhalten (Vgl. ebd.). Auch die „*Zerlegung*“ (Ebd.) eines Interviews, um durch erklärende Einschübe die vom Interviewpartner getroffenen Aussagen – aufgrund ihrer Komplexität womöglich für die Rezipienten nur schwer verständlich - zu entschlüsseln, stellt im Rahmen der Präsentation von Interviews eine Möglichkeit dar (Vgl. ebd.).

Werden die im vorliegenden Unterpunkt ermittelten Eigenschaften des *Interviews* mit den von den Wissenschaftlern und Experten in Kapitel 2 vorgetragenen Vorschlägen und Forderungen an die Macher der Tageszeitung der Zukunft abgeglichen, wird deutlich, dass es sich beim *Interview* um eine Darstellungsform handelt, der im Rahmen der Gestaltung der zukünftigen Zeitung ein großes Potenzial eingeräumt werden kann. Das – kompetent durchgeführte - *Interview zur Sache*, das darauf abzielt detaillierte „*Fakten und Informationen*“ (La Roche, 2013, S.129) zu einer Begebenheit bzw. allgemeinen Thematik herauszufiltern, kommt hinsichtlich seiner Struktur und Zielsetzung den Forderungen der Wissenschaftler und Experten nach einem Journalismus entgegen, dessen primäres Ziel es sein sollte „*aufzudecken, aufzuklären*“ (Pohl, 2013). Das *Meinungsinterview* wiederum kommt dem zum Beispiel von Miriam Meckel und Cordt Schnibben geäußerten Aufruf zu mehr Subjektivität (Vgl. Meckel, 2013) und Meinung (Schnibben, 2013) im Kontext der Zeitungsgestaltung entgegen, da es sich – laut Definition in der Fachliteratur – zum Ziel setzt, „*subjektive Einschätzungen und Prognosen*“ des jeweiligen Interviewpartners herauszufinden und den Rezipienten darzulegen (Vgl. La Roche, 2013, S.129). Somit könnte die verstärkte Integration von *Meinungsinterviews* in zukünftige Tageszeitungen dazu beitragen, dass diese sich deutlicher als noch aktuell als das von Meckel geforderte – einen Gegenpol zum Internet darstellende - „*subjektiv-individualistische Autorenblatt*“ (Meckel, 2013) im Rahmen eines von Andreas Vogel geforderten, „*meinungsstarken Tagespresse-Journalismus*“ (Vogel, 2014, S. 107) präsentiert.

### 3.7 Der Kommentar

Bei einem *Kommentar* handelt es sich um eine journalistische Darstellungsform, die dann zum Einsatz kommt, wenn ein Journalist zu einem aktuellen Thema oder Ereignis „*Stellung bezieht*“ (Mast, 2012, S.301). Im Rahmen des *Kommentars* erfolgt die Bewertung von Nachrichteninhalten und Fakten sowie deren Einordnung in einen größeren Bedeutungskontext (Vgl. Ebd.). Der Kommentator erläutert den Rezipienten die Bedeutung eines Problems, „*interpretiert Lösungsansätze (...) und wägt die in der Öffentlichkeit vertretenen Aussagen ab*“ (Ebd.). Zielsetzung des *Kommentars* ist es hierbei, den von Informationen überfluteten Rezipienten eine einordnende Hilfestellung im Rahmen der Meinungsbildung zu bieten, ohne dabei jedoch automatisch – gerade im Fall komplexer Thematiken und Konstellationen – eine „*abschließenden Wertung und Stellungnahme*“ (Ebd.) abgeben zu müssen. Wichtiges Merkmal des *Kommentars* ist es, dass



er Informationen voraussetzt, der Kommentator soll die kommentierten Tatsachen „*nicht mehr darstellend ausbreiten, sondern nur noch beziehnend erwähnen*“ (La Roche, 2013, S.178).

Walther von La Roche trifft eine Unterscheidung zwischen drei Arten von *Kommentaren* (La Roche, 2013, S.178 ff.): Der *Argumentationskommentar* beinhaltet eine Argumentation des Kommentators, im Rahmen derer er Gründe für die von ihm vertretene Meinung darlegt, hierbei auch die Standpunkte anderer, ihm inhaltlich widersprechender Meinungsvertreter aufzeigt und sich mit diesen auseinandersetzt (Ebd.). Als *Gera-deaus-Kommentar* bezeichnet La Roche jene Form von Kommentaren, die „*aufs Argumentieren verzichten und einfach (...) begeistert loben oder verärgert schimpfen*“ (Ebd.). Beim *Einerseits-Andererseits-Kommentar* schildert der Autor verschiedene Interpretationsmöglichkeiten einer Thematik und verdeutlicht, dass es ihm aufgrund der hohen Komplexität eines Sachverhalts unmöglich scheint, für eine der sich darlegenden Alternativen Position zu ergreifen (Vgl. ebd.).

Hinsichtlich seines Aufbaus lässt sich ein Kommentar „*grob in drei Teile*“ (Mast, 2012, S.302) gliedern. Im ersten Teil, dem Einstieg, sollte dem Leser des Kommentars kurz und prägnant der Sachverhalt, auf den sich der vorliegende Kommentar bezieht, dargestellt werden (Vgl. ebd.). Hierbei kann es bereits zu einer Wertung seitens des Kommentators kommen, durch die dem potenziellen Leser „*Appetit auf den Kommentar*“ (Ebd.) gemacht werden soll. Der Einstieg in den Kommentar kann zum Beispiel durch das Aufstellen einer These oder einer „*richtungsweisenden Grundbehauptung*“ (Ebd.) – die dann im weiteren Verlauf des Kommentars argumentativ unterfüttert wird – vollzogen werden. Eine weitere Möglichkeit stellt der *Sentenzen-Einstieg* dar. Bei diesem wird ein Spruch, oder bekanntes Sprichwort – mitunter verfremdet – verwendet, das auf knappe, markante Art und Weise „*allgemein Bekanntes*“ (Ebd.) ausdrückt und auf diesem Weg eine Brücke zwischen Autor und Leser schlägt (Vgl. ebd.).

Dem *Einstieg* schließt sich der *argumentative Teil* an. Der Kommentator legt in diesem seine Argumente „*rational, klar, schlüssig und konsequent*“ (Ebd.) dar und muss hierbei stets den Kenntnisstand des Publikums bezüglich der von ihm kommentierten Thematik berücksichtigen (Vgl. ebd.). Auch von einer Ignoranz gegenüber – sich auch dem Publikum erschließenden – öffentlich wahrnehmbaren Gegenpositionen und Gegenargumenten rät die Fachliteratur dem kommentierenden Journalist ab (Vgl. ebd.). So solle dieser die besagten Contra-Argumente stattdessen ganz bewusst aufgreifen und

in der Folge „*plausibel widerlegen*“ (Ebd.). Auf diese Weise werde nicht nur die Position des Kommentators gestärkt, sondern der *Kommentar* zusätzlich auch um ein spannendes Element bereichert (Vgl. ebd., S.303). Den Abschluss des *Kommentars* sollte eine „*klare und eindeutige*“ (Ebd.) Schlussfolgerung bilden, die dem Publikum Rat und Orientierung bietet (Vgl. ebd.). Die *Schlussfolgerung* sollte eine Darlegung des Autorenstandpunkts beinhalten, darüber hinaus den Rezipienten jedoch auch „*zum eigenen Nachdenken und gegebenenfalls zum Widerspruch*“ (Ebd.) anregen.

Von grundlegender Bedeutung im Rahmen der Veröffentlichung eines *Kommentars* ist es, dass dieser als solcher gekennzeichnet wird (Vgl. *Neuberger/Kapern*, 2013, S. 53), für den Rezipienten also stets erkennbar bleibt, dass ihm ein, mit subjektiver Meinungsäußerung angereichertes, journalistisches Erzeugnis vorliegt (Vgl. ebd.).

Damit die gedruckte Tageszeitung auch in Zukunft noch erfolgreich betrieben werden kann, halten viele der in Kapitel 2 zitierten Wissenschaftler und Experten eine Umorientierung, hin zu mehr Inhalten, welche die redaktionelle Meinung und Subjektivität in den Vordergrund rücken, für essenziell (Vgl. *Schnibben*, 2013 und *Meckel*, 2013). Hiervon versprechen sich die Experten die Schaffung eines Gegenpol zum oftmals – so stellen sie es fest – über die Maßen um Mainstream-konforme Objektivierung bemühten Internet und dessen journalistischen Erzeugnissen. Hierdurch soll zu einer Profilschärfung der Tageszeitung als subjektiv geprägtes Meinungsmedium beigetragen werden.

Der Forderung nach vermehrt subjektiven Inhalten im Mix der Tageszeitung scheint der *Kommentar* im Besonderen entgegenzukommen. So handelt es sich beim *Kommentar* – wie im Verlauf des Unterkapitels herausgearbeitet werden konnte – um eine Darstellungsform, die stets die subjektive Einschätzung des verfassenden Autors zu einer Thematik transportiert und an den Rezipienten heranträgt. Zwar setzt der lehrbuchartig verfasste *Kommentar* auch stets eine in seinem Rahmen erfolgende Abwägung verschiedener Meinungen und die Schilderung von sich gegenüberstehenden Argumenten voraus. Letztlich jedoch ist ein *Kommentar* als subjektivste aller Darstellungsformen zu kennzeichnen und dies berücksichtigend als potenzieller ‚Liebling‘ jener Experten zu betrachten, die von der zukünftigen Tageszeitung vor allen Dingen Meinungsstärke und Profilschärfung durch die Integration subjektiv getränkter Inhalte einfordern.

### 3.8 Zwischenfazit - Darstellungsformen und deren Eignung für die zukünftige Tageszeitung

Wie im Verlauf des vorliegenden Kapitels herausgestellt werden konnte, scheinen besonders die journalistischen Darstellungsformen *Hintergrundbericht*, *Feature*, *Kommentar* und *Interview* als geeignet, die von den Wissenschaftlern und Experten in Kapitel 2 geforderten Zeitungsinhalte der Zukunft transportieren zu können. Besagte Darstellungsformen, die „über die bloße Nachricht hinausreichen“ (La Roche, 2013, S.151), können – wie die Beschreibung ihres Aufbaus und ihrer Struktur gezeigt hat – den Raum und Rahmen für die von den Wissenschaftlern und Experten für die Tageszeitung der Zukunft geforderten, journalistischen Inhalte bieten.

Diese sollen – wie in Kapitel 2 herausgearbeitet - primär eine Einordnung von Nachrichteninhalten und eine Vermittlung von Hintergrundwissen sowie ein Plus an redaktioneller Meinung und Subjektivität in den Vordergrund stellen. Die besagten Darstellungsformen scheinen – ihre Charakteristika berücksichtigend – hierfür die geeigneten Vehikel darstellen zu können. Für die Darstellungsform *Reportage* konnte zumindest eine teilweise Eignung herausgestellt werden, ihr mangelt es jedoch an der Fähigkeit, die von fast allen Experten geforderte Einordnung von Einzelgeschehnissen in einen komplexeren, übergeordneten Bedeutungszusammenhang zu gewährleisten.

Als potenzieller ‚Liebling‘ der in Kapitel 2 zitierten Experten und Wissenschaftler kann der *Hintergrundbericht (Report)* betrachtet werden. Den Forderungen nach Einordnung, Orientierung, Hintergrund und intensiver Analyse einer jeweils vorliegenden Thematik kann der *Report* hinsichtlich seiner wissenschaftlich definierten Merkmale auf beinahe ganzer Linie entgegenkommen. Dass die zukünftige Tageszeitung regelmäßig oder gar täglich erscheinende *Hintergrundberichte* in ihren inhaltlichen Mix integrieren wird, ist dennoch anzuzweifeln. So macht der mit seiner Produktion einhergehende – finanzielle und personelle – Aufwand, den *Report* ökonomisch überaus unattraktiv für derlei Überlegungen, speziell angesichts der eingangs der vorliegenden Arbeit konstatierten Krisensituation der Tageszeitungspresse.

Auch die journalistische Darstellungsform der *Nachricht* wird – bei Gegenüberstellung von deren Charakteristika mit den Forderungen der Experten – im Rahmen der Gestaltung zukünftig erscheinender Tageszeitungen nur noch eine untergeordnete Rolle einnehmen können. *News*, diesbezüglich herrscht unter großen Teilen der Experten

Einigkeit, werden bereits aktuell und auch zukünftig hauptsächlich im World Wide Web konsumiert. Ein Wettlauf um Aktualität mit dem Netz sollte laut Meinung der Wissenschaftler und Experten nicht erfolgen, da dieser ohnehin nicht zu gewinnen sei.

Die Darlegungen der Wissenschaftler und Experten berücksichtigend und darüber hinaus wirtschaftliche Faktoren miteinbeziehend kann also festgehalten werden: Der *Be-richt*, das *Feature*, das *Interview* und der *Kommentar* sind die journalistischen Darstellungsformen, denen im Rahmen der Gestaltung der zukünftigen Tageszeitung die größten Chancen auf eine verstärkte Berücksichtigung eingeräumt werden können.

## 4 Storytelling – Definition

Im vorangestellten Kapitel 3 wurden die wichtigsten, journalistischen Darstellungsformen vorgestellt und hinsichtlich ihrer potenziellen Rolle in der Tageszeitung der Zukunft untersucht. Im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit wird nun – das schon im Titel angekündigte – besondere Augenmerk auf das *Storytelling* gelegt.

Um die Frage zu beantworten, welche Rolle das *Storytelling* in der Tageszeitung der Zukunft einzunehmen vermag, muss zuerst überprüft werden, worum es sich bei besagtem Phänomen handelt und wie *Storytelling* kategorisiert werden kann. Handelt es sich bei diesem um etwas grundsätzliches Neues, gar eine revolutionäre, journalistische Darstellungsform, die das Potenzial birgt, die journalistische Landschaft in Zukunft nachhaltig zu verändern? Oder ist *Storytelling* lediglich ein Konzept, das sich in bereits bekannten Darstellungsformen vollzieht und auf die ‚Beherbergung‘ durch diese angewiesen ist? Auf diese Fragen wird das vorliegende Kapitel 4 eine Antwort geben. Einleitend werden zu diesem Zwecke die Elemente des *Storytelling* vorgestellt. Hieran anschließen wird sich eine Einordnung des *Storytellings* in den historischen – allgemeinen und journalistischen – Kontext.

### 4.1 Elemente des Storytelling

*Storytelling* bedeutet *Geschichten-Erzählen*. Eine *Geschichte* besteht – grundsätzlich betrachtet - aus „*Handelnden und einer Handlung, die zu bestimmten Zeiten an bestimmten Orten stattfindet*“ (Herbst, 2014, S.91). Dieses Rezept geht – in Grundzügen - zurück bis auf den griechischen Philosophen *Aristoteles*, der in seinem Werk „*Poetik*“ bereits um das Jahr 300 v. Chr. herum zeitgenössische Tragödien und Dramen untersuchte, um festzustellen, was das Publikum begeisterte und bestimmte Werke „*haltbar*“ (Ebd.) machte. Auch heutzutage noch finden die von ihm diesbezüglich gewonnenen Erkenntnisse – in mitunter abgewandelter Form - Anwendung bei der Konzeption von Geschichten (Ebd.). In den folgenden Kapiteln werden besagte Elemente genauer beleuchtet und im Detail beschrieben.

#### 4.1.1 Handelnde in einer Geschichte

Ein essenzielles Element einer Geschichte stellt die von Seiten des Verfassers erfolgende Fokussierung auf die *Handelnden* dar, anderweitig auch als „*Akteure*“ (Fluder-

nik, 2006, S.176 f.) bezeichnet. Die Gruppe der *Handelnden* kann unterteilt werden in „zentrale Charaktere, Platzhalter und Nebenfiguren“ (Herbst, 2014, S.92). Zu der für die Geschichte wichtigsten Gruppe der zentralen Charaktere gehören „der Held, Protagonisten und Antagonisten“ (Ebd.). Häufig wird die Geschichte aus deren Sicht erzählt bzw. handelt von ihnen (Ebd.). Der Held muss nicht unfehlbar und frei von jeglichem Makel sein, „Großartiges vollbracht haben“ (Lampert/Wespe, 2011, S.49), oder „immer siegen“ (Gesing, 2008, S.67). Seine vorrangige Aufgabe besteht vielmehr darin, zwischen Rezipienten und Geschichte eine emotionale Verbindung entstehen zu lassen (Vgl. Lampert/Wespe, 2011, S.49). Der *Held* – in den meisten Fällen gleichzusetzen mit dem *Protagonist*, also der Hauptperson der *Geschichte* – erweckt „Sympathie, Neugier und Interesse“ (Gesing, 2008, S.66 f.) auf Seiten der Rezipienten, trägt zur Ordnung und Strukturierung von Informationen bei und verleiht einer Geschichte ein Gefüge (Herbst, 2014, S.92).

In Teilen der Fachliteratur wird indes zwischen „wahren und künstlichen Helden“ (Lampert/Wespe, 2011, S. 50) unterschieden. *Wahre Helden* stellen hierbei jene Personen da, um deren persönliches Einzelschicksal herum eine Geschichte aufgebaut wird (Vgl. Ebd.). In Geschichten, die den *wahren Helden* in ihren Mittelpunkt rücken, geht es nicht darum, Zusammenhänge aufzuzeigen, oder um die Illustration einer gesellschaftlichen Problematik anhand des Hauptcharakters (Vgl. Ebd.). Primär von Bedeutung ist hier die Beschreibung des *wahren Helden* und dessen Schicksals per se (Vgl. Ebd.). Charakteristisch für den *wahren Helden* ist zudem, dass dieser im Verlauf einer Geschichte eine *Heldenreise* vollzieht: Zu Beginn begibt er sich auf die Reise, gerät daraufhin in Gefahr, sieht sich Prüfungen ausgesetzt und besteht diese, trifft Entscheidungen und erfährt eine Wandlung (Vgl. Ebd.).

Als *künstliche Helden* werden jene Personen beschrieben, deren Schicksale von den Verfassern in den Mittelpunkt einer Geschichte gerückt werden, um ein allgemeines Problem zu veranschaulichen, eine allgemeine Thematik abzuleiten (Vgl. ebd.). Diesen soll durch Rückgriff auf einen *künstlichen Helden* „Spannung, Relevanz und Authentizität“ (Ebd., S.51) verliehen werden. Die Person des Helden per se steht hierbei im Hintergrund, nimmt also eine in Bezug auf die Geschichte untergeordnete, *dienende Funktion* ein (Vgl. Ebd.). Der *künstliche Held* unternimmt darüber hinaus – anders als der *wahre Held* – keine *Heldenreise* und erfährt somit auch nicht die damit verknüpfte Wandlung (Ebd.). Dem Held gegenübergestellt ist der *Antagonist*. Bei diesem handelt es sich um den Gegenspieler des *Helden* bzw. *Protagonisten*, der diesen daran hin-

dern will, „*seine Ziele zu erreichen*“ (Herbst, 2014, S.92). Auch der *Antagonist* ist der Gruppe der *zentralen* Charaktere zuzuordnen (Vgl. ebd.).

Mit dem Begriff der *Nebenfiguren* werden in Teilen der Fachliteratur jene Charaktere beschrieben, die – im Gegensatz zu *Helden* und *Protagonisten* – nicht im Zentrum einer Geschichte stehen, auf die im Rahmen von deren Gestaltung jedoch nicht verzichtet werden kann (Vgl. ebd., S.93). *Platzhalter* „*treten auf und wieder ab*“ (Ebd.), bleiben jedoch, lediglich ihre Rolle als „*Stereotype und Teil der Szenerie*“ (Ebd.) ausfüllend, anonym.

#### 4.1.2 Handlung in einer Geschichte

Die *Handlung* stellt ein weiteres der Kernelemente einer *Geschichte* dar (Lampert/Wespe, 2011, S.49). So wird eine Geschichte traditionell als eine „*Sequenz von Ereignissen*“ (Fludernik, 2006, S.14) aufgefasst, die „*einen Beginn, eine Mitte und ein Ende*“ (Ebd.) haben. Bereits um das Jahr 300. v. Chr. hielt der griechische Philosoph *Aristoteles* in seinem Werk *Poetik* fest, dass eine Handlung aus 3 Teilen bestehe, die notwendig aufeinanderfolgten (Lampert/Wespe, 2011, S.71). Als die – nicht untereinander austauschbaren – Bestandteile der Handlung bezeichnet auch *Aristoteles* den *Anfang, die Mitte und das Ende* (Vgl. Fuhrmann, 1994, S. 25 nach *Aristoteles*, 300 v. Chr.). Damit eine *Handlung* festgestellt werden könne, sei es zwingend notwendig, dass eine Erzählung ein „*Vorher und Nachher*“ (Ebd.) vorweise.

Bei *Geschichten* handelt es sich um durch Chronologie und Kausalität strukturierte Erzählungen (Vgl. Herbst, 2014, S.103). So beziehen sich die in einer Geschichte dargestellten Einzelereignisse stets aufeinander, stehen in einem Abhängigkeitsverhältnis, statt lediglich lose „*aneinander gehängt*“ (Ebd.) zu werden. So definiert zum Beispiel *Fludernik* (2006) die einer *Geschichte* implizite *Narrativität* als immer – und ausschließlich - dann gegeben, wenn sich mindestens zwei Geschehnisse oder Einzelhandlungen in „*zeitlicher Abfolge*“ (Fludernik, 2006, S. 176) kausal aufeinander beziehen. Aus dem „*Vorher und Nachher*“ (Lampert/Wespe, 2011, S.72) der hierdurch erzeugten *Handlung* – oft auch als *Plot* bezeichnet (Vgl. Fludernik, 2006, S.173) - entstehen „*Bewegung und Spannung*“ (Lampert/Wespe, 2011, S.72) der Geschichte. Dadurch, dass die Handlung einen Zusammenhang zwischen den Einzelereignissen einer *Geschichte* vermittelt bzw. herstellt, spielt sie darüber hinaus eine wichtige Rolle beim „*Herstellen von Sinn*“ (Ebd.) im Rahmen einer *Geschichte*.

In der überwiegenden Zahl der Fälle richtet sich *Handlung* einer *Geschichte* an der sogenannten *Storykurve* aus. Diese greift auf ein von *Aristoteles* bereits in der Antike beschriebenes Grundmuster zurück: *Geschichten* sind auf einen „Höhepunkt hingeschrieben“ (Vgl. *Lampert/Wespe*, 2011, S. 19).

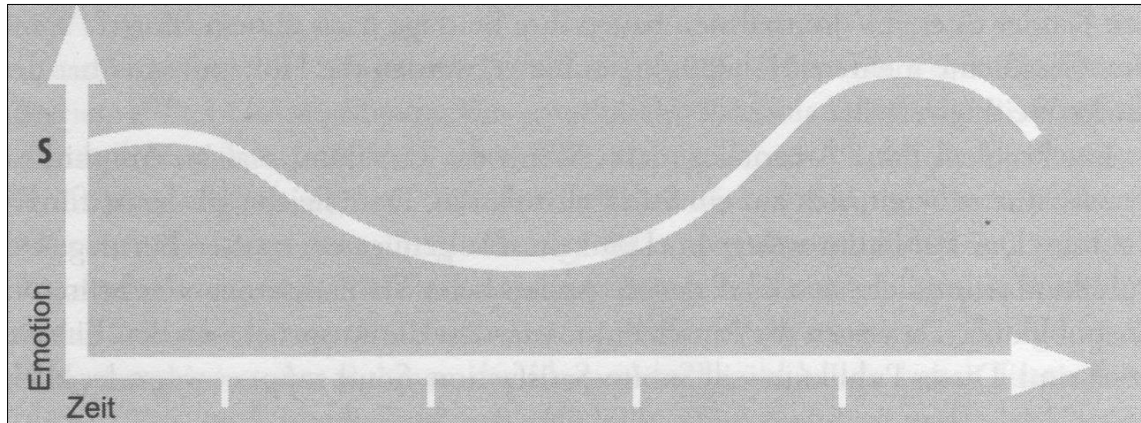


Abbildung 8: Storykurve (Quelle: *Lampert/Wespe*, 2011, S. 19.)

So beginnt die sich an der *Storykurve* orientierende *Geschichte* mit einem emotionalen Einstieg – einem kleinen Höhepunkt – bevor sie zur Mitte ihres Verlaufs hin emotional abflacht, hier eher Information als Emotion liefert. Zu Ende bzw. Schlussteil der *Geschichte* hin läuft die *Handlung* einem erneuten, finalen Höhepunkt entgegen, auf dem die „angestauten Emotionen befreit“ (Ebd.) werden und es zur *Katharsis* - „Reinigung“, „Befreiung“, „Erleichterung“. (*Höffe*, 2009, S. 89) kommt.

Ein für die *Handlung* oftmals wichtiges Element stellt der *Konflikt* dar, in dessen Rahmen der Protagonist einer *Geschichte* entweder mit äußeren Widerständen – wie zum Beispiel sich ihm in den Weg stellenden Antagonisten – oder sich in seinem Innern abspielenden Problemen wie „Angst und Unsicherheit, (...) Eintönigkeit und Langeweile, (...) Unterlegenheit und Wut“ (*Herbst*, 2014, S.104) konfrontiert wird (Vgl. ebd.). In der Fachliteratur wird die Bedeutung des *Konflikts* für die *Geschichte* hervorgehoben, dieser ist Handlungselement, in dessen Verlauf – und nach dessen Beseitigung - beim Protagonisten der *Geschichte* Energien freigesetzt werden, die wiederum zu „Entscheidungen und Handlungen“ (*Lampert/Wespe*, 2011, S.105) seitens der Hauptperson führten (Vgl. ebd.). *Konflikte* sind somit oftmals als Katalysatoren jener Wandlungen zu betrachten, die den Protagonisten betreffen, führen zu „Wendepunkten im Leben eines Individuums“ (Ebd., S.104) und treiben die *Handlung* einer *Geschichte* an. Die inneren Konflikte des Protagonisten – die „Zerrissenheit des Helden“ (Ebd.,



S.110) - tragen darüber hinaus in besonders hohem Maße zur Schaffung von „*Nähe zum Publikum*“ (Ebd.) bei. Um eine Wirkung beim Publikum der *Geschichte* zu erzielen, muss der Konflikt gewisse Voraussetzungen erfüllen (Vgl. ebd.). So ist es zum Beispiel unerlässlich, dass er von den Rezipienten einer Geschichte als solcher erkannt, verstanden und nachempfunden wird (Vgl. ebd.). Darüber hinaus muss der Konflikt vom Publikum einer Geschichte als bedeutend eingestuft werden und dessen Lösung für die Rezipienten eine Belohnung darstellen, zum Beispiel in Form der Steigerung des „*Wohlbefindens*“ (Ebd.).

Der *Plot Point* stellt ein weiteres, mögliches Element der *Handlung* von Geschichten dar. Mit dem Begriff wird ein – unvorhergesehener - „*Vorfall oder ein Ereignis*“ (Ebd., S.107) bezeichnet, die zu einer radikalen Wendung der Handlung einer Geschichte führen (Vgl. ebd.). Beispiele hierfür könnten zum Beispiel das „*Auftreten eines starken Konkurrenten*“ (Ebd.) oder ein den Protagonisten betreffender Schicksalsschlag darstellen.

Ein zusätzlicher, elementarer Bestandteil für die sich im Rahmen einer Geschichte vollziehende *Handlung* stellt der *Wandel* dar (Vgl. ebd.). Bereits die oftmals als „*Urgeschichte*“ (Lampert/Wespe, 2011, S.138) bezeichnete *Heldenreise* sieht für den in ihrem Mittelpunkt stehenden - im Verlauf der Reise Widerstände bekämpfenden und Prüfungen bestehenden – *Helden* einen solchen, von ihm durchlebten *Wandel* vor (Vgl. ebd., S.51). Auch heute noch basieren viele Geschichten auf dem sich in ihrem Verlauf vollziehenden Wandel des Protagonisten. Dieser vollzieht – beispielsweise - eine Wandlung „*vom Armen in den Reichen, vom Dummen in den Klugen, vom Schüchternen in den Selbstbewussten.*“ (Ebd.).

### 4.1.3 Ort in einer Geschichte

Wenn in journalistischen Beiträgen auch oftmals als „*Stiefkind*“ (Lampert/Wespe, 2011, S.79) behandelt, ist der *Ort* – neben *Handelnden* und *Handlung* – eines der Kernelemente einer *Geschichte* (Vgl. ebd., S.49). An anderen Stellen in der Fachliteratur wird der Begriff *Ort* durch den der *Bühne* ersetzt (Vgl. Herbst, 2014, S.91). Für die *Geschichte* von besonderer Bedeutung sind *Orte*, weil sie „*ein Milieu, eine Atmosphäre, einen Kontext*“ (Lampert/Wespe, 2011, S.79) darstellen und „*ins Zentrum des Textes und zur Aussage führen*“ (Ebd.) können (Vgl. ebd.). Im Rahmen eines journalistischen Beitrags sind es oft *Orte*, die bei den im Zentrum der Geschichte stehenden Protago-

nisten „*Erinnerungen und Emotionen*“ (Ebd.) auslösen, oder von symbolischer Bedeutung für eine im Artikel behandelte Thematik sind (Vgl. Ebd.). Auch kann es dem Verfasser einer Geschichte zuweilen durch Schilderung eines *Ortes* gelingen, indirekt auch die sich an diesem *Ort* befindlichen *Handelnden* zu „*charakterisieren*“ (Ebd., S.80).

## 4.2 Einordnung

Nachdem im Rahmen der vorliegenden Arbeit der Begriff des Storytellings definiert und die Elemente des *Geschichten-Erzählens* herausgestellt werden konnten, soll im folgenden Teil eine Einordnung des Storytellings erfolgen. Diese soll sich vornehmlich an der Beantwortung folgender Frage ausrichten:

Handelt es sich beim Storytelling - speziell im journalistischen Kontext - um ein Novum, oder gar eine neue, journalistische Darstellungsform, von der erwartet werden kann, dass sie eine Revolution auf dem journalistischen Sektor löst und somit auch in der zukünftigen Tageszeitung eine wichtige Rolle spielen wird?

Um diese – bereits im Titel der vorliegenden Arbeit angelegte – Frage zu beantworten, erfolgt in den zwei nachfolgenden Unterkapiteln eine Einordnung des *Geschichten-Erzählens* in den sowohl gesamtgeschichtlichen als auch im journalistisch-historischen Kontext.

### 4.2.1 Storytelling - Einordnung in historischen Kontext

Handelt es sich beim Storytelling um ein neues, revolutionäres Konzept, welches das Potenzial birgt die – vor allen Dingen journalistische – Welt aus den Angeln zu heben, oder wird beim *Geschichten-Erzählen* lediglich „*alter Wein in neuen Schläuchen*“ (ABZV, 2015) serviert? Die im Rahmen der vorliegenden Arbeit durchgeführten Beobachtungen legen eine Tendenz zu zweiter Deutungsvariante nahe, denn: Storytelling ist „*uralt*“ (Herbst, 2014, S.185). Bereits vor tausenden von Jahren kam es zu einer Überlieferung von Geschichten durch Menschen an Mitglieder der ihnen nachfolgenden Generationen (Vgl. Ebd., S.14). Vor 28.000 Jahren angefertigte, „*Lebens- und Jagdgeschichten*“ (Ebd.) abbildende Zeichnungen und Gravuren an Höhlenwänden im französischen *Cussac in der Dordogne* stellen erste Vorformen des *Geschichten-Erzählens* dar (Vgl. Ebd.). Göttergeschichten, epische Erzählungen und Mythologien

aus dem griechischen und römischen Kulturraum zur Zeit der Antike greifen das Prinzip des Storytelling auf, erzählen von der „*Erschaffung der Welt*“ (Ebd., S.15) oder dem „*Kampf von Gut gegen Böse*“ (Ebd.).

Als „*Urgeschichte*“, auf der alle bis zum heutigen Zeitpunkt bekannten *Geschichten* hinsichtlich wesentlicher Teile ihres Aufbaus und ihrer „*strukturellen Elemente*“ (Lampert/Wespe, 2011, S. 139) basierten, bezeichnete der Mythenforscher *Joseph Campbell* die „*Reise des Helden*“ (Ebd.). Die zwölf Szenen der *Urgeschichte* ordnen sich laut *Campbell* wie folgt an (Vgl. ebd. Nach *Vogler*, 1987, S. 35):

1. *Der Held wird in seinem Leben in der gewöhnlichen Welt vorgestellt und*
2. *erhält seine Berufung.*
3. *Er zögert und verweigert die Berufung, wird aber*
4. *von einem Mentor ermutigt,*
5. *die erste Schwelle zu überschreiten, worauf*
6. *Proben, Verbündete und Feinde auf ihn warten.*
7. *Der Held nähert sich der geheimsten Höhle, wobei er eine zweite Schwelle überschreiten muss, und*
8. *hat dann die äußerste Prüfung zu überstehen.*
9. *Er nimmt die Belohnung an sich und*
10. *ist auf seinem Rückweg in die gewöhnliche Welt Verfolgungen ausgesetzt.*
11. *Danach hat er eine dritte Schwelle zu überschreiten, erlebt seine Auferstehung und wird durch diese Erfahrung grundlegend verändert.*
12. *Nun kann er mit dem Elixier oder dem Schatz in die gewöhnliche Welt zurückkehren.*

Dieses von Aristoteles bereits für antike Dramen und Stücke festgestellte Grundmuster ist auch in zahlreichen Mythen und Märchen der nachfolgenden Jahrtausende Basis

der jeweiligen Geschichten (Vgl. ebd., S.138). Auch heute noch findet das archetypische Handlungsmuster der *Heldenreise* und *Urgeschichte* Anwendung in zum Beispiel Hollywoodfilmen, anderen zeitgenössischen Unterhaltungsproduktionen und journalistischen Arbeiten (Vgl. ebd., S.139).

Als eine besonders für den christlichen Kulturkreis überaus bedeutsame Geschichte kann die *Bibel* bezeichnet werden. Auch die – im deutschsprachigen Raum besonders mit dem Namen der „*Gebrüder Grimm*“ konnotierten – *Märchen* erzählen Geschichten. Diese enthalten die für viele Geschichten typische *Wendung* – „*Das Nachher unterscheidet sich vom Vorher*“ (Lampert/Wespe, 2011, S. 71) - von einem brutalen Anfang hin zu einem glücklichen Ende (Herbst, 2014, S.17). Auch in der *Fabel* werden Geschichten erzählt, diese weist bereits das für das Storytelling – und besonders für die *Heldenreise* - kennzeichnende Element des sich beim Protagonisten vollziehenden *Wandels* auf: „*das hässliche Entlein wird zum stolzen Schwan, Aschenputtel wird (...) zur Prinzessin*“ (Ebd.). Ob antiker *Mythos*, *Bibel*, *Märchen* oder *Fabel*: Storytelling ist Bestandteil, ja Grundlage all dieser Werke. Die „*Kernelemente*“ (Ebd., S.91) einer *Geschichte*, bestehend aus „*Handelnden und einer Handlung, die zu bestimmten Zeiten an bestimmten Orten stattfindet*“ (Ebd.), lassen sich in all diesen historischen Erzeugnissen auffinden. So bietet zum Beispiel die *Bibel* ihren Rezipienten in Jesus Christus einen für das Storytelling typischen *Helden/Protagonisten*, der durch den Verrat des *Antagonisten Judas Ischariot* (hier liegt ein *Plot Point* oder auch *Wendepunkt* der *Handlung* vor) auf einen dramatischen Höhepunkt – die Kreuzigung Jesu – zusteuert und im Verlaufe der *Handlung* eine Wandlung erfährt. All dies vollzieht sich in der Stadt Jerusalem, somit sind sowohl *Handelnde* (Protagonist, Antagonist, Nebenfiguren), eine *Handlung* (die Elemente wie den *Plot Point* aufweist) und ein *Ort* gegeben.

Heutzutage sind Geschichten beinahe omnipräsent, finden unter anderem Verwendung in Musik, Literatur, Film, Theater und Comics, aber auch in der Unternehmenskommunikation und Psychotherapie (Vgl. ebd, S.20). Beim Storytelling handelt es sich somit also keineswegs um ein neues Phänomen, sondern eine seit Anbeginn der menschlichen Kultur verwendete Kommunikationsform, im Rahmen derer Informationen auf veranschaulichende Art und Weise an ein Publikum vermittelt werden.

## 4.2.2 Storytelling – Einordnung in geschichtlichen Kontext des Journalismus

Auch im mikrokosmotischen Kontext des *Journalismus* stellt das *Geschichten-Erzählen* kein Novum dar, es handelt sich bei diesem in keiner Weise gar um eine neue, journalistische Darstellungsform. Viel eher ist Storytelling ein erzählerisches Stilmittel/eine erzählerische Methode, die im Rahmen der bekannten journalistischen Darstellungsformen bereits seit geraumer Zeit Anwendung erfährt.

Beispiele für den Einsatz erzählerischer Elemente in journalistischen Texten und Artikeln finden sich zuhauf und existieren bereits seit vielen Jahrzehnten. In diesem Zusammenhang muss auf den sogenannten *narrativen Journalismus* (von lateinisch „*narrare*“, „*erzählen*“) hingewiesen werden, den die Journalistin und Autorin *Miriam Lampert* als Alternativbegriff für Storytelling kennzeichnet (ABZV, 2015) und dessen Spielarten und Unterformen bereits zu Beginn der 60er-Jahre des 20. Jahrhunderts das *Geschichten-Erzählen* ins Zentrum journalistischer Bemühungen rückten. Eine solche, auf dem Storytelling fußende Unterkategorie des *narrativen Journalismus* ist der *New Journalism* (Renner, 2014). Dieser erlebte Anfang der 60er-Jahre in den USA seine Geburtsstunde, als seine prominenten Vertreter und Autoren sind unter anderem *Truman Capote*, *Norman Mailer* und *Tom Wolfe* zu nennen (Vgl. Haller, 2008, S.55). Letztgenannter kennzeichnet in seinem 1973 erschienenen Werk „*The New Journalism*“ dessen vier grundlegende Charakteristika. So besteht ein gewichtiger Baustein in der Verwendung einer *Dramatic Scene*, mit der das Geschehene über „*nachgeschaltete Szenen als ein Ablauf von Handlungen dramaturgisch gebaut*“ wird (Ebd., S.56). Ein weiteres Merkmal des *New Journalism* ist es, dass die Bemerkungen und Ausführungen der vom Journalisten zu einer Thematik befragten Personen in den meisten Fällen in vollem Umfang wiedergegeben werden – *Recording Dialogue in Full* – anstatt dass dies lediglich in Form von Kurzzitaten geschieht (Vgl. Ebd.). Weiterhin beinhalten die nach den Kriterien des *New Journalism* verfassten, journalistischen Erzeugnisse eine oftmals detaillierte Schilderung der Merkmale des Protagonisten (Vgl. ebd.). Durch diesen *Status of Details* solle es den Rezipienten eines Artikels ermöglicht werden, „*sich in das Geschehen hineinzuversetzen*“ (Ebd.). Auch eine kontinuierliche Veränderung der Beobachterperspektive – *Point of View* – ist kennzeichnender Bestandteil des *New Journalism* (Vgl. ebd.). Wolfe nennt als Grund für die Verwendung dieser Technik den Wunsch, den Lesern eines Artikels ein „*differenziertes Bild des Geschehens*“ (Ebd.) darlegen zu können.

Wie hier ersichtlich wird, basiert bereits der *New Journalism* zu großen Teilen auf dem Erzählen einer Geschichte, also dem Storytelling. Die Betonung eines im Zentrum des Geschehens stehenden *Protagonisten*, das Vorhandensein einer dramaturgisch gebauten Abfolge von Handlungen (Vgl. ebd.): Bei all dem handelt es sich um Elemente des Storytelling, wie sie im Verlauf vorliegenden Arbeit geschildert wurden. Bereits der *New Journalism* bzw. dessen Vertreter erzählten also Geschichten. Veröffentlicht wurden diese jedoch meist in Magazinen und Zeitschriften wie zum Beispiel dem US-amerikanischen „*Rolling Stone Magazine*“.

Doch auch im Kontext des Zeitungsjournalismus stellt Storytelling keine Neuheit dar. Konkrete Beispiele aus - bereits vor Jahrzehnten - in Zeitungen erschienenen, das Stilmittel des *Geschichten-Erzählens* aufgreifenden Artikeln verdeutlichen, dass es sich hierbei nicht um ein journalistisches Phänomen der Neuzeit handelt. So liegt zum Beispiel dem am 30.12.1989 in der Zeitung „*Die Welt*“ veröffentlichten Artikel „*Einer von Tausend Flüchtlingen erzählt von dem Weg in die Prager Botschaft der Bundesrepublik*“ (Rueb, 1989) – siehe Anlage - das bereits im 3. Jahrhundert vor Christi von *Aristoteles* bei zeitgenössischen Stücken beobachtete, erzählerische Grundmuster der *Heldengeschichte* zugrunde. In besagtem Artikel schildert der Berliner *Horst Ingmann*, wie er als Bürger der damals noch existierenden *DDR* zahlreichen Repressionen seitens des Regimes ausgesetzt war, und wie diese sich fortsetzenden Misshandlungen letztendlich dazu führten, dass er im Oktober des Wendejahres 1989 über die Prager Botschaft die Flucht nach Westdeutschland unternahm. Die hier in der Zeitung „*Die Welt*“ veröffentlichte Reportage basiert auf Storytelling, das erzählerische Grundmuster ist das der *Heldenreise*. Werden die einzelnen Stationen der im Artikel erzählten Vita *Ingmanns* den charakteristischen Stationen der *Heldenreise* gegenübergestellt, ergibt sich in vielen Punkten eine Überschneidung.

So wird die *Urgeschichte* dadurch ausgelöst, dass ein „*Mangel, eine Schädigung*“ (Herbst, 2014, S. 103) auf Seiten des *Helden* besteht. Dies ist bei vorliegendem Artikel der Fall, der *Held/Protagonist Horst Ingmann* wird – weil bei ihm im Rahmen einer Wohnungsdurchsuchung „*religiöse Schriften*“ (Rueb, 1989) vorgefunden werden – „*drei Jahre ins Zuchthaus*“ (Ebd.) gesteckt und erlebt aufgrund der dort vorherrschenden Zustände – „*40 Mann waren in stickigen Sälen zusammengepfercht*“ (Ebd.) - eine Schädigung. Es folgen weitere Repressalien seitens des Staates: *Ingmann* wird zum Beispiel vor Feiertagen in Schutzhaft genommen, ihm wird eine 16 Quadratmeter kleine Wohnung zugeteilt (Vgl. ebd.). Die besagte Schädigung verstärkt sich im Zuge die-

ser gegen ihn gerichteten Maßnahmen zusätzlich. Der *Held* im Rahmen der *Urgeschichte* geht, nachdem er sich der Schädigung und/oder des Mangels bewusst geworden ist auf Reisen (Lampert/Wespe, 2011, S.50). Ähnlich verhält es sich bei *Horst Ingmann*. Dieser, gedemütigt durch Inhaftierung und das ihm zugefügte Leid, wird sich seiner Schädigung und seines Mangels an Freiheit bewusst und zieht – im übertragenen Sinn – los, indem er zwei, in kurzen zeitlichen Abständen aufeinanderfolgende Ausreiseanträge stellt (Vgl. Rueb, 1989). An diesem Punkt in der *Urgeschichte* wird der *Held* meist „auf die Probe gestellt“ (Herbst, 2014, S.103), auch in *Ingmanns* Fall trifft dies zu, da dessen Ausreiseanträge abgelehnt und ihm stattdessen seitens der Stasi das Angebot unterbreitet wird, „als Spitzel“ (Rueb, 1989) tätig zu werden. *Ingmann* lehnt dies ab und gelangt – parallel zum *Held* in der *Urgeschichte* – „an den gesuchten Ort“ (Herbst, 2014, S.103). Dieser besteht im Kontext der vorliegenden Geschichte in der Prager Botschaft, zu der *Ingmann* reist, um von dort aus die Flucht ins damalige Westdeutschland zu unternehmen (Vgl. Rueb, 1989). Vor den Toren der Botschaft hat *Ingmann* dann die für den *Helden* typische, „äußerste Prüfung“ (Lampert/Wespe, 2011, S. 139) zu überstehen – „Übergriffe der tschechischen Polizei“, „Das Gedränge war lebensgefährlich“, „(...) dauernd gab es am Gartenzaun Zwischenfälle mit blutigen Verletzungen“ (Rueb, 1989) - und absolviert besagte Prüfung erfolgreich. Indem *Ingmann* letztendlich die Flucht gen Westen gelingt, wird der – durch die DDR verkörperte - „Gegner besiegt“ (Herbst, 2014, S.103) und „die Mangelsituation behoben“ (Ebd.), die für *Ingmann* im Freiheitsentzug und den ihn betreffenden Repressalien seitens des Regimes begründet war. Wie der *Held* in der *Urgeschichte* erlebt *Ingmann* „seine Auferstehung“ (Lampert/Wespe, 2011, S.139), für ihn beginnt in Westdeutschland ein neues Leben, in welchem er „Arbeit und Unterkunft (...) und sozialen Anschluß (sic)“ (Rueb, 1989) findet. Ähnlich dem *Held* in der *Urgeschichte* zeigt sich auch *Ingmann* nach Beendigung seiner Reise „grundlegend verändert“ (Lampert/Wespe, 2011, S.139) und berichtet, dass er – im Gegensatz zu seiner Zeit in der DDR - „glücklich und zufrieden“ (Rueb, 1989) sei. Im Schlusssatz der Reportage fasst er zusammen: „Die Zeit der Angst ist vorbei.“ (Ebd.). *Ingmanns Heldenreise* endet an dieser Stelle, seine *Geschichte* findet ihr Ende.

Die in diesem Unterpunkt der Arbeit vorgelegten Beispiele und Ausführungen verdeutlichen, dass es sich beim Storytelling weder um ein hochaktuelles Phänomen, noch um eine gar neue journalistische Darstellungsform handelt. Der von Seite des Journalisten im Rahmen der Artikelproduktion erfolgende Rückgriff auf Geschichten hat Tradition

---

(siehe zum Beispiel *New Journalism*). Geschichten werden bereits seit vielen Dekaden in den verschiedenen, journalistischen Darstellungsformen erzählt.



## 5 Storytelling in den journalistischen Darstellungsformen

*Geschichten* werden, so konnte im Rahmen des Kapitels 5.2. der vorliegenden Arbeit herausgestellt werden, bereits seit Anbeginn der Zivilisation erzählt und finden auch in der journalistischen Produktion seit vielen Jahrzehnten Verwendung. In vorangegangenen Kapitel wurde außerdem aufgezeigt, dass es sich beim Storytelling um keine aktuell um sich greifende, journalistische Revolution, oder eine neue, journalistische Darstellungsform handelt. Vielmehr ist Storytelling als ein journalistisches Stilmittel zu begreifen, das im Rahmen bekannter Darstellungsformen mithin Anwendung erfährt.

In diesem Kapitel wird nun – dies berücksichtigend - die Frage beantwortet, in welchen der journalistischen Darstellungsformen Storytelling optimal realisiert werden kann, und welche der Darstellungsformen sich für das *Geschichten-Erzählen* nicht oder nur unzureichend eignen. Dies herauszufinden ist gerade in Bezug auf die dem Titel der Arbeit implizite Frage nach der Rolle des Storytelling in der Tageszeitung der Zukunft von entscheidender Bedeutung. Sollte sich zum Beispiel herausstellen, dass das *Geschichten-Erzählen* lediglich für jene Darstellungsformen in Betracht kommt, die als für die zukünftige Tageszeitung ungeeignet erscheinen – siehe Kapitel 3 - wird auch die Rolle des Storytellings in Zukunft folgerichtig vermutlich marginal ausfallen. Umgekehrt gilt: Zeigt sich eine Kompatibilität des *Storytellings* mit jenen Darstellungsformen für die zuvor eine besondere Eignung für die Tageszeitung der Zukunft herausgestellt werden konnte, bestehen auch für dieses bessere Chancen, vermehrten Einzug in zukünftige Tageszeitungsinhalte zu finden.

### 5.1 Storytelling in der Reportage

Erfolgt eine Vergegenwärtigung der Kennzeichen der in Kapitel 4 beschriebenen Darstellungsformen, fällt auf, dass sowohl die *Reportage* als auch das *Feature* als überaus geeignet erscheinen, um dem *Geschichten-Erzählen* eine Bühne zu bieten bzw. dass beiden Darstellungsformen das Storytelling geradezu implizit ist. So handelt es sich bei der *Reportage* um eine Darstellungsform, die auf eine „*erzählende und schildernde Sprache*“ (Haller, 2008, S.37) zurückgreift. In seinem Standardwerk „*Einführung in den praktischen Journalismus*“ appelliert der Journalist Walther von La Roche gar ohne Umschweife an den Verfasser einer *Reportage*: „*Erzählen Sie eine Geschichte.*“ (La

Roche, 2013, S.158). Auch *Johannes Schweikle* formuliert im Rahmen seiner „7 goldene Thesen für Reporter“ (Vgl. *Schweikle*, 2010): „Eine Reportage schreiben heißt eine Geschichte erzählen.“

Die meisten der, für das Storytelling charakteristischen Kriterien finden sich auch im seitens der Wissenschaft formulierten ‚Anforderungskatalog‘ an die *Reportage* wieder. So wird dem Verfasser einer *Reportage* zum Beispiel ein szenischer, - im besten Fall - Spannung erzeugender Einstieg (Vgl. *Mast*, 2012, S.282) und der Aufbau der *Reportage* nach dramaturgischen Gesichtspunkten nahegelegt. Darüber hinaus wird der Verfasser einer *Reportage* dazu aufgefordert, dass das von ihm Verfasste einen *inhaltlichen Spannungsbogen* (*Haller*, 2008, S. 163) aufweise. Dieser verhält sich analog zu der im Rahmen des Storytelling als wichtiges gestalterisches Element betrachteten Storykurve (*Lampert/Wespe*, 2011, S. 19).

Ein weiteres Element des Storytelling, das sich auch im ‚Steckbrief‘ der *Reportage* auffinden lässt, ist das der Fokussierung auf *zentrale Charaktere* bzw. *Protagonisten*. Für das Erzählen einer *Geschichte* sind *Helden* bzw. *Protagonisten* von unerlässlicher Bedeutung (Vgl. Kapitel 4. der vorliegenden Arbeit) und auch die *Reportage* stellt in den meisten Fällen einen oder mehrere *Protagonisten* in ihren Mittelpunkt. So werden diese im Kontext der *Reportage* als „nicht austauschbar“ (*Haller*, 2008, S. 91) und deren Erlebnisse als „einmalig, mithin unwiederbringlich“ (Ebd.) beschrieben.

## 5.2 Storytelling im Feature

Auch das *Feature* bietet hinsichtlich seines Profils besonders ausgeprägte Anknüpfungspunkte, um *Geschichten* zu realisieren. Generell gilt das mit der *Reportage* artverwandte, sich von dieser jedoch „deutlich unterscheidende“ (*Mast*, 2012, S.284) *Feature* als eine journalistische Darstellungsform, die dem verfassenden Journalisten eine hohe „Bewegungsfreiheit und Kreativität“ (Ebd.) gewährt. An anderer Stelle wird das *Feature* als Darstellungsform beschrieben, die eine „sinnliche Umsetzung von (...) Sachverhalten durch Einbezug der Handelnden“ (*Haller*, 2008, S. 107) unternimmt. Auch das *Feature* arbeitet oft mit den - für das Storytelling charakteristischen - *Handelnden* bzw. *Helden*, wenn diese bzw. deren Schicksale im Kontext besagter Darstellungsform auch eher beschrieben werden (*Lampert/Wespe*, 2011, S. 51), um hierdurch eine allgemeine Thematik bzw. Problematik aufzuzeigen. Die *Helden* sind in diesem Fall *künstliche Helden* (Vgl. *Lampert/Wespe*, 2011, S. 51). Ähnlich der *Reportage* ist das *Feature* zu-

dem dramaturgisch aufgebaut, oftmals steht ein szenischer Einstieg an dessen Anfang („*Fachjournalist*“, 2014), der erst in der Folge von einem Textteil mit Informationen und Fakten abgelöst wird, auf den dann oft wiederum ein dramaturgisch erzählender Teil folgt. Dieser Wechsel zwischen „*Anschauung und Abstraktion*“ (La Roche, 2013, S.164) ist kennzeichnend für das *Feature* und lässt einer im Rahmen dessen erzählten *Geschichte* ausreichend Platz zur Entfaltung.

Durch die hier erfolgte Schilderung von deren jeweiligen Charakteristika wird ersichtlich, weshalb die Darstellungsformen *Reportage*, *Feature*, und deren Mischformen als besonders geeignete Vehikel des Storytelling gekennzeichnet werden können. Wird die Betrachtung auf andere, in Kapitel 3 beschriebene Darstellungsformen erweitert, ergibt sich hinsichtlich deren Eignung für das *Geschichten-Erzählen* ein differenzierteres Bild.

### 5.3 Storytelling in der Nachricht

So kann eine Eignung der *Nachricht* für in ihrem Rahmen erfolgreiches Storytelling nicht herausgestellt werden. Bei der *Nachricht* handelt es sich um eine Darstellungsform, die einem hierarchischen Aufbau unterworfen ist, „*das Wichtigste gehört an den Anfang*“ (La Roche, 2013, S. 93), in den darauffolgenden Textabschnitten nimmt die Wichtigkeit der dort präsentierten Informationen kontinuierlich ab. Hier verhält sich die *Nachricht* konträr zum Storytelling, das von einem dramaturgischen Aufbau gekennzeichnet ist, der – wie zum Beispiel durch die Storykurve (Vgl. Lampert/Wespe, 2011, S. 19) veranschaulicht wird – einem an den Beginn gesetzten Höhepunkt weitere Höhepunkte im Verlauf der *Geschichte* folgen lässt (Vgl. *ebd.*). Darüber hinaus muss bezweifelt werden, dass eine *Geschichte* – inklusive Spannungsbogen, Beschreibung des *Protagonisten*, eventuell *Plot Point* und *Wandlung des Protagonisten* – in den „15-20 Zeilen“ (La Roche, 2013, S. 79), die der *Nachricht* als Maximallänge von zum Beispiel La Roche zugestanden werden, überhaupt realisiert werden kann.

### 5.4 Storytelling im Bericht

Ähnlich wie die *Nachricht* basiert auch deren „*großer Bruder*“ (Neuberger/Kapern, 2013, S. 47), der *Bericht*, auf einem hierarchischen Aufbau, der diesbezüglich einzige Unterschied besteht darin, dass die Wichtigkeit der Informationen nicht – wie bei der *Nachricht* der Fall – von Satz zu Satz, sondern von Absatz zu Absatz abnimmt (Vgl.

Mast, 2012, S. 277). Dies berücksichtigend erscheint Storytelling, das auf einen dramaturgischen Aufbau mit mehreren Höhepunkten im Verlauf der erzählten *Geschichte* fußt, nicht als das geeignete Mittel, um die Informationsziele des *Berichts* zu realisieren. Zwar schildert beispielsweise der *Handlungsbericht* einen „Ablauf von Ereignissen zu einem konkreten Endpunkt hin“ (Ebd.) und ähnelt hier der *Geschichte*, deren *Handlung* durch aufeinander folgende, „in einem bedeutsamen Zusammenhang“ (Herbst, 2014, S. 111) stehende Ereignisse strukturiert wird. Jedoch wird besagter Endpunkt an den Anfang des *Handlungsberichts* gestellt, ihm schließen sich nur noch „weniger wichtige Einzelinformationen“ an, wohingegen eine *Geschichte* während ihres kompletten Verlaufs immer wieder *Höhepunkte*, wie zum Beispiel einen sichtbar werdenden, sich entspinnenden *Konflikt* (Ebd., S.104), oder einen, die *Geschichte* „in eine andere Richtung“ lenkenden *Plot Point* beinhalten sollte. Dies miteinbeziehend wirkt auch der *Bericht* ungeeignet, um dem Storytelling eine Bühne zu bereiten.

## 5.5 Storytelling im Hintergrundbericht (Report)

Für den *Hintergrundbericht (Report)* ergibt sich ein hiervon abweichendes Bild. So weist der *Report* zwar primär „viele harte Informationen“ (Haller, 2008, S. 102) auf – hier gleicht er dem *Bericht* - denen „sehr viel Analyse“ (Ebd., S. 104) vorausgegangen ist und die den „Zusammenhang zwischen Strukturproblemen und Alltagswelt“ (Ebd.) sichtbar werden lassen sollen. Zusätzlich soll er jedoch auch „Feature- und die (sic!) Reportageelemente“ (Ebd.) beinhalten, womit unter anderem die Fokussierung auf jene Personen gemeint ist, die an dem im *Report* behandelten Ereignis beteiligt sind bzw. waren (Vgl. ebd.). Hier bieten sich für das Storytelling Anknüpfungspunkte, so könne laut Haller zum Beispiel die „Erzählung des 13-jährigen blitzgescheiten Klassenprimus, der in allen Fächern eine Eins heimbringt; nur in der Rechtschreibung baut er konstant eine Fünf.“ Teil eines *Reports* darstellen. Ebenso wie die *Geschichte* weist auch der *Hintergrundbericht* als Darstellungsform, die ihren Rezipienten eine „Erklärung komplexer Sachverhalte mit den beteiligten Menschen“ (Ebd. S. 107) anbietet, den *Handelnden (Protagonisten)* und deren Beschreibung oftmals eine bedeutende Rolle zu, ob diese nun als *wahre Helden* (Vgl. Lampert/Wespe, 2011, 51), oder *künstliche Helden* (Ebd.) auftreten. Darüber hinaus ist der *Report* nicht hierarchisch aufgebaut wie zum Beispiel die *Nachricht* oder der *Bericht* und bietet Storytelling im Rahmen seiner von Haller als Mindestlänge deklarierten „8.000 Zeichen“ (Haller, 2008, S. 104) schlichtweg mehr Platz, um *Geschichten* zu erzählen.

## 5.6 Storytelling im Interview

Als überaus geeignete Darstellungsform, in deren Rahmen Storytelling Anwendung erfahren kann, ist indes auch das *Interview* zu betrachten. Dies wird beim Blick auf dessen Unterformen deutlich (Vgl. Kapitel 3.6. der vorliegenden Arbeit). So bietet sich besonders das *Interview zur Person* an, um Storytelling zu betreiben. Diese Form des *Interviews* portraitiert den Interviewten, oftmals schildert dieser im Verlauf des Gesprächs gar die komplette, mit *Höhepunkten*, *Plot Points*, und *Konflikten* gespickte *Geschichte* seines Lebens. Häufig treten in diesem Zusammenhang auch *Antagonisten* auf und auch die vom *Protagonisten* vollzogene *Wandlung* wird dem Leser des *Interviews* ersichtlich. Ein Beispiel für das *Geschichten-Erzählen* im Rahmen von personenbezogenen *Interviews* führt Michael Haller in seinem Buch „*Das Interview*“ an. Dort abgedruckt findet sich ein aus der „*Süddeutsche Zeitung*“ (13.01.2012) entnommenes Interview. Im Rahmen dessen erzählt der Fernsehmoderator Jürgen Domian den Redakteuren der Zeitung– neben Anekdoten aus seinem beruflichen Wirken – die *Geschichte* seines Lebens, inklusive der von ihm durchlebten *Krisen* (Domian litt jahrelang an Bullemie), *Plot Points* bzw. *Konflikte* (die Lektüre der religionskritischen Werke von Nietzsche und Feuerbach stürzt den vormals tiefgläubigen Christen in eine schwere Depression) und der von ihm vollzogenen *Wandlung* zu einem nun zufriedenen Mensch. Das *Interview* weist somit viele Elemente der *Heldenreise* (Vgl. Kapitel 4) auf und ist ein gelungenes Beispiel dafür, wie *Geschichten-Erzählen* in der Darstellungsform *Interview* realisiert werden kann.

Auch das in Hallers Buch abgedruckte *Interview* der „*Süddeutsche Zeitung*“ (06.05.1996) mit dem Professor, Multimillionär und Mäzen Jan Philipp Reemtsma steht beispielhaft für die Kompatibilität des Storytellings mit der Darstellungsform *Interview*. Im Gespräch mit den Redakteuren der Zeitung erzählt Reemtsma detailliert die *Geschichte* seiner Entführung und der sich daran anschließenden, einmonatigen Geiselhaft in der Hand der Kidnapper (Vgl. Haller, 2013, S. 173 f.). Bei dem *Interview* handelt es sich um eine Mischform zwischen dem *Interview zur Sache*, bei dem der Journalist darauf abzielt, Fakten und Informationen zu einer bestimmten Begebenheit zu ermitteln (Vgl. La Roche, 2013, S. 167 f.) und dem *Interview zur Person*, das „einen Menschen vorstellen, ihn durch seine Antworten skizzieren“ (Ebd., S. 168) soll, da dem Leser durch die Antworten Reemtsmas sowohl ein detaillierter Einblick in den Ablauf der Entführung, als auch in die psychische Verfassung Reemtsmas während seiner Zeit als Geisel präsentiert werden. Das *Interview* erzählt eine *Geschichte*, die Anfang, Mitte

und Ende aufweist, sich hinsichtlich des Aufbaus an der *Storykurve* orientiert, über eine *Handlung* – also durch einen „*kausalen Zusammenhang*“ (Lampert/Wespe, 2011, S. 71) verknüpfte Ereignisse – verfügt, sowie einen *Konflikt* und mehrere *Höhe-* bzw. *Wendepunkte* (*Plot Points*) beinhaltet. Jan Philipp Reemtsma ist als *Protagonist* der *Geschichte* zu bezeichnen, der in ihrem Verlauf eine *Heldenreise* (Vgl. ebd., S.50.) unternimmt und einen *Wandlung* (ausgelöst durch psychische Auswirkungen der Gefangenschaft) vollzieht.

Die hier vorgelegten Exempel aus der journalistischen Praxis unterstreichen die Eignung der Darstellungsform *Interview* für das Storytelling, zumal ersichtlich wird, dass erzählende *Interviews* ohne größere Komplikationen reproduzierbar erscheinen. So eignen sich viele, besonders stark vom ‚Mainstream‘ abweichende Lebensgeschichten, oder Schilderungen an einem besonderen Ereignis beteiligter Hauptpersonen, um sie in Form einer *Geschichte* an die Rezipienten heranzutragen.

## 5.7 Storytelling im Kommentar

Anders verhält es sich bei der Darstellungsform *Kommentar*. Dieser unterliegt in den meisten Fällen einer Gliederung in drei Teile (Vgl. Mast, 2012, S. 302), von denen lediglich der erste Teil – der *Einstieg* – in dem „*der Sachverhalt, auf den sich der Kommentar bezieht, in knapper Form wiedergegeben*“ (Ebd.) wird, überhaupt eine Wiedergabe von Handlungen und Ereignissen beinhaltet. Eben diese Wiedergabe von Handlungen und Ereignissen, die „*aufeinander bezogen*“ (Herbst, 2014, S. 104) sind bzw. zwischen denen es einen „*kausalen Zusammenhang*“ (Lampert/Wespe, 2011, S. 71) gibt, stellt jedoch erst das - für das Storytelling essenzielle - Element der *Handlung* her. Im zweiten – dem „*argumentativen*“ (Mast, 2012, S. 302) – Teil des *Kommentars* findet keine Wiedergabe von Handlungen und Ereignissen statt, sondern werden seitens des Autors Argumente und Gegenargumente bezüglich der kommentierten Thematik vorgebracht. Der *Kommentar* endet mit einer Schlussfolgerung (Vgl. ebd., S. 303) des Autors, auch hier wird keine *Geschichte* erzählt. Die Darstellungsform *Kommentar* scheint dies berücksichtigend ungeeignet, um als Vehikel des Storytelling zu dienen.

Eine Ausnahme hiervon läge dann vor, wenn der verfassende Journalist im Rahmen der Produktion seines *Kommentars* auf die Verwendung von zum Beispiel einer *Parabel* zurückgriffe und im Zuge dessen gegen das weiter oben beschriebene Prinzip der

Dreiteilung des *Kommentars* verstieße. Auf diese Weise würde das Erzählen einer *Geschichte* ermöglicht, deren Inhalte bzw. Verlauf/Ausgang symbolisch für eine sich in der Realität vollziehende – vom Autor kommentierte - Entwicklung stehen könnten.

## 5.8 Storytelling in den verschiedenen Darstellungsformen – Fazit

In diesem Kapitel konnte herausgestellt werden, dass sich im Besonderen die in Kapitel 3 portraitierten Darstellungsformen *Reportage*, *Feature*, *Interview* und – mit Abstrichen – *Hintergrundbericht (Report)* eignen, um dort Storytelling zu realisieren. Die journalistischen Darstellungsformen *Nachricht*, *Bericht* und *Kommentar* erscheinen aufgrund der sie kennzeichnenden Merkmale und der ihr von der wissenschaftlichen Definition vorgegebenen Struktur als eher ungeeignet, um in ihrem Rahmen *Geschichten* zu erzählen. Zwar ist vorstellbar, dass auch dieser Darstellungsformen zum Beispiel durch einen *szenischen* Einstieg, oder die Fokussierung auf eine Person – die dann zumindest ansatzweise die Rolle des *Protagonisten* einnimmt - einzelne erzählerische Elemente beigefügt werden können, eine *Geschichte*, welche einen Großteil bzw. gar alle der in Kapitel 4 dargelegten Elemente aufweist, jedoch in *Nachricht* und *Bericht* kaum zu realisieren ist. Von den in Kapitel 3 als für die Tageszeitung der Zukunft potenziell als am geeignetsten herausgearbeiteten Darstellungsformen konnten insbesondere das *Feature* und das *Interview* als qualifizierte Schauplätze herausgearbeitet werden, an denen *Geschichten-Erzählen* stattfinden kann. Ein vermehrter Einzug des *Storytelling* in die Tageszeitung der Zukunft ist im besonderen Maß von der Rolle abhängig, die diesen beiden Darstellungsformen in der Tageszeitungspresse der Zukunft zuteilwerden wird.

## 6 FAZIT UND AUSBLICK

Die eingangs formulierte Zielsetzung der vorliegenden Arbeit war es, eine Antwort auf folgende Fragen herauszuarbeiten: Welche der wichtigsten journalistischen Darstellungsformen erscheinen geeignet, um den Anforderungen einer aufgrund der Krisensituation zu Veränderungen gezwungenen, zukünftigen Tageszeitung zu entsprechen und bei der Rettung und Gestaltung dieser folgerichtig eine bedeutende Rolle einzunehmen? Welche Rolle spielt hierbei speziell das *Storytelling* und weist dieses gar etwa das Potenzial auf, als revolutionäre, neue journalistische Darstellungsform einen bedeutenden Beitrag zur Rettung des kriselnden Tageszeitungsjournalismus zu leisten?

Im Verlauf der Arbeit konnten in Bezug auf diese Fragen einige wertvolle Erkenntnisse gewonnen werden. So ließ sich eine besondere Eignung der Darstellungsformen *Feature*, *Bericht*, *Interview* und *Kommentar* für die verstärkte Integration in den inhaltlichen Mix zukünftiger Tageszeitungen herausarbeiten. Die in Kapitel 2 zitierten Wissenschaftler und Experten fordern von jener - theoretisch erdachten – Tageszeitung der Zukunft, der sie eine reelle Überlebenschance zubilligen, vor allen Dingen deren Fokussierung auf Inhalte und Artikel, die den Lesern eine Einordnung der online im Minutentakt auf sie einwirkenden Nachrichten und Informationsschnipsel bietet. Als um die analytische Darstellung von Hintergründen und übergeordneten Zusammenhängen bemühtes, einordnendes Medium soll die Tageszeitung so einen bewussten Gegenpol zum Internet und dessen – von den Experten – oft als oberflächlich und wenig gehaltvoll empfundenen Inhalten darstellen. Werden in diesem Kontext die Charakteristika von *Bericht* und *Feature* herangezogen, verfügt im Besonderen letzteres über das Potenzial, um dem von den Experten geforderten, Einordnung und Orientierung bietenden Journalismus eine Bühne zu bieten.

Im Aufruf zu einem Mehr an sich in den Artikeln und Inhalten abzeichnender Meinungsstärke und selbstbewusst gepflegter Subjektivität besteht eine zweite Kernforderung der Experten. Der *Kommentar* und das *Interview* wiederum erscheinen dies berücksichtigend als überaus geeignet für einen vermehrten Einsatz in der, von den Experten erdachten, zukünftigen Tageszeitung, weil er per definitionem das optimale



Vehikel für Inhalte darstellt, in deren Zentrum die Wiedergabe einer subjektiven Meinung steht.

Das *Interview* bietet indes gar die Möglichkeit – je nachdem welche seiner Unterformen Anwendung erfährt – beide Kernforderungen der Experten abzudecken. So vermögen insbesondere das *Interview zur Person* sowie das *Meinungsinterview* die von Expertenseite eingeforderte Subjektivität im Rahmen zukünftiger Tageszeitungsinhalte zu transportieren und zur Intensivierung eines von zum Beispiel *Andreas Vogel* geforderten, „*meinungsstarken Tagespresse-Journalismus*“ (*Vogel*, 2014) beizutragen.

Für die anderen, im Verlauf der Arbeit vorgestellten Darstellungsformen konnte indes keine oder nur eine geringe Eignung festgestellt werden, die einen vermehrten Einsatz in der Tageszeitung der Zukunft sinnvoll erscheinen lassen würde. So ist zum Beispiel der *Hintergrundbericht (Report)* – seine Charakteristika berücksichtigend – zwar als seitens der Experten potenziell favorisierte Darstellungsform zu betrachten. Die im Rahmen seiner Produktion anfallenden, finanziellen und personellen Aufwendungen können jedoch wohl nur die wenigsten Tageszeitungen leisten. Ein ähnliches Bild ergibt sich hinsichtlich der *Reportage*: Die hohen, mit deren Produktion verknüpften, finanziellen und zeitlichen Aufwendungen stehen einem verstärkten Einsatz auch dieser in der zukünftigen Tageszeitung voraussichtlich im Weg.

Als größter Verlierer der im Rahmen der vorliegenden Arbeit durchgeführten Untersuchung kann indes die *Nachricht* herausgestellt werden. In keinem anderen Punkt besteht seitens der Experten eine derartige Einigkeit wie hier: Das traditionelle Tageszeitungskonzept mit der Nachricht als Kern hat keine Zukunft. Rezipienten, die sich über die jeweils aktuellsten Geschehnisse informieren wollen, rufen Nachrichtenseiten im Internet auf, wo News im Minutentakt aktualisiert und mit der sich bietenden Möglichkeit zur Interaktivität ausgestattet werden.

Für die zweite – eingangs der Arbeit gestellte – zentrale Frage nach der zukünftigen Rolle des *Storytellings* und dessen Potenzials in Bezug auf die Rettung der Tageszeitung ergibt sich ein eindeutiges Bild: *Storytelling* ist mehr Modewort für etwas Althergebrachtes – nämlich das Erzählen von Geschichten im Rahmen von Darstellungsformen wie z.B. der *Reportage* - als Begriffsbezeichnung eines revolutionären, journalistischen Phänomens, welches das Potenzial birgt, die journalistische Landschaft nachhaltig zu prägen. Oder gar einen bedeutenden Faktor bei der Rettung der Tageszeitung darzustellen. Chancen auf eine zumindest verstärkte Berücksichtigung in der zukünftigen

Tageszeitung bieten sich für das *Storytelling* dennoch, zumal dessen Kompatibilität mit *Interview* und – mit Abstrichen – *Feature* aufgezeigt werden konnte. Wie zuvor herausgestellt, scheinen beide Darstellungsformen für den Einsatz in der zukünftigen Tageszeitung überaus geeignet. Sollte ihnen dies berücksichtigend mehr Platz in der Tageszeitung der Zukunft eingeräumt werden, ist auch vorstellbar, dass es zu einer häufigeren Verwendung auf *Storytelling* basierender Artikel im inhaltlichen Mix der zukünftigen Tageszeitung kommt.

Kann die Tageszeitung der Zukunft folgerichtig als Bühne eines tiefgründigen, das Weltgeschehen erklärenden Journalismus imaginiert werden, auf der *Features*, die komplexe Zusammenhänge begreifbar machen und investigativ recherchierte, den Rezipienten Orientierung bietende *Berichte* die Hauptrollen spielen? Ist in Zukunft eine Tageszeitung ganz nach dem Gusto der Experten und Wissenschaftler zu erwarten, die zu großen Teilen aus *Meinungskommentaren* und *Experteninterviews* besteht und sich hiermit als meinungsstarkes, in die Tiefe gehendes Medium und Komplementärgut zu den Newsseiten des Internets profiliert?

An dieser These müssen zumindest Zweifel angebracht werden. Einer sich an den ambitionierten Forderungen der Experten ausrichtenden Zeitung stehen – auch das hat die Arbeit aufgezeigt – die Realitäten einer sich krisenhaft darstellenden, ökonomischen Situation der Tageszeitungen gegenüber: Der rigide Sparkurs vieler Verlage hat in zahlreichen Redaktionen zu Stellenabbau und Etatkürzungen geführt. Sollte dieser Weg seitens der Verlage fortgeführt werden, scheint es unwahrscheinlich, dass es den dort verbliebenen Redakteuren gelingen kann, z.B. in die Tiefe gehende *Features* zu erstellen oder den mit der Vorbereitung, Durchführung und Auswertung eines *Experteninterviews* einhergehenden Zeitaufwand zu leisten. Und selbst wenn eine solche Zeitung finanziell realisiert werden könnte, ist nicht vorhersehbar, inwiefern sie Anklang bei den Rezipienten fände. Zwar wünschen sich diese – wie in Kapitel 2.2 dargelegt – in zum Thema Tageszeitung durchgeführten Befragungen oftmals einen hintergründigen, analytischen und einordnenden Journalismus. Ob für eine sich an den Forderungen der Experten und Wissenschaftler in starkem Maß orientierende Tageszeitung voller Tiefgang, Analyse, Meinung und den für deren Verwirklichung geeigneten Darstellungsformen jedoch reelle Kauf- und Lesebereitschaft bestehen würde, müsste im Rahmen weiterer Untersuchungen herausgestellt werden.

---

Vorstellbar wäre in diesem Zusammenhang z.B. die testweise und zeitlich begrenzte – mit einer nachfolgenden Überprüfung des Verkaufserfolgs gekoppelte - Veröffentlichung einer Tageszeitung, die sich radikal an den in der Arbeit vorgestellten Wünschen der Leser und Forderungen der Experten orientiert und auf jene Darstellungsformen zurückgreift, deren theoretische Eignung für die Tageszeitung der Zukunft im Verlauf der Arbeit herausgestellt werden konnte.

## Literaturverzeichnis

- FLUDERNIK Monika (2006): Einführungen in die Erzähltheorie. Darmstadt.
- FREY Felix / FRÜH Werner (2014): Narration und Storytelling – Theorie und empirische Befunde. Köln.
- FUHRMANN Manfred (Hg.) (1994): Aristoteles Poetik: Griechisch/Deutsch. Stuttgart.
- GESING Fritz (2008): Kreativ schreiben – Handwerk und Techniken des Erzählens. 3. Auflage. Köln.
- GLOTZ Peter / MEYER-LUCHT Robin (2004): Online gegen Print - Zeitung und Zeitschrift im Wandel. Konstanz.
- HALLER Michael (2008): Die Reportage. 6. Auflage, Konstanz.
- HALLER Michael (2013b): Das Interview. 5., völlig überarbeitete Auflage, Konstanz und München.
- HALLER Michael (2014): Brauchen wir Zeitungen?. Köln. (EBook)
- HERBST, Dieter Georg (2014): Storytelling. 3., überarbeitete Auflage, Konstanz und München.
- HÖFFE Otfried (2009): Aristoteles – Poetik. Berlin.
- La ROCHE Walther von (2013): Einführung in den praktischen Journalismus. In: HOOFAKker Gabrielle (Hg.): Journalistische Praxis. 19., neu bearbeitete Auflage, Wiesbaden.
- LAMPERT Marie / WESPE Rolf (2011): Storytelling für Journalisten. Konstanz.
- MAST Claudia (Hg.) (2012): ABC des Journalismus. 12., völlig überarbeitete Auflage. Konstanz und München.
- MENHARD Edigna / TREEDE Tilo (2004): Die Zeitschrift – Von der Idee bis zur Vermarktung. Konstanz.
- NEUBERGER Christoph / KAPERN Peter (2013): Grundlagen des Journalismus. In: FENGLER Susanne (Hg.) / KRETZSCHMAR Sonja (Hg.): Kompaktwissen Journalismus. Wiesbaden.

OBERAUER Johann (2009): „MEDIUM – MAGAZIN FÜR JOURNALISTEN“. Ausgabe 1+2/2009, S.44+45.

ROLKE Lothar / HÖHN Johanna (2008): Mediennutzung in der Webgesellschaft 2018 - Wie das Internet das Kommunikationsverhalten von Unternehmen, Konsumenten und Medien in Deutschland verändern wird. Norderstedt.

RUEB Walter (1989): Einer von Tausend Flüchtlingen erzählt von dem Weg in die Prager Botschaft der Bundesrepublik. In: Die Welt 30.12.1989, S. 9.

STÖBER Rudolf (2014): Deutsche Pressegeschichte. 3., überarbeitete Auflage. Konstanz und München.

VOGLER Christopher (1987): Die Odyssee des Drehbuchschreibers. Frankfurt.

## Internetquellen

ABZV (2015): FAQ im Portal Storytelling. URL:  
<http://www.abzv.de/storytelling/?aktion=faq> [Stand 28.01.2015]

AKYÜN Hatice (2013): Raus aus der Wiederholungsschleife. URL:  
<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/hatice-akyuen-zur-zeitungsdebatte-a-915247.html> [Stand 28.01.2015].

ARD / ZDF (2013): Durchschnittliche Nutzungsdauer der Medien 2013 (Grafik). URL:  
[http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie/PDF/Eimeren\\_Frees.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie/PDF/Eimeren_Frees.pdf) ,  
[Stand 28.01.2015].

BDZV (2014): Netto-Werbeinnahmen erfassbarer Werbeträger 2013 (Grafik). URL:  
<http://www.bdzv.de/markttrends-und-daten/wirtschaftliche-lage/schaubilder/artikel/-8937743f67/200000573/> [Stand 28.01.2015].

BERNAU Patrick, HANK Rainer, PETERSDORFF Wienand von (2014): In eigener Sache. URL: [http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/zeitungen-in-der-krise-medienwandel-und-internet-13089556-p9.html?printPagedArticle=true#pageIndex\\_9](http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/zeitungen-in-der-krise-medienwandel-und-internet-13089556-p9.html?printPagedArticle=true#pageIndex_9)  
[Stand 28.01.2015].

BOBDYLAN.COM: The Times They Are-A-Changing (Lyrics). URL:  
<http://www.bobdylan.com/us/songs/times-they-are-changin> [Stand 28.01.2015].

BRÖCKERHOFF Daniel: Meine Traumzeitung. URL:  
<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/daniel-broeckerhoff-zur-zeitungsdebatte-a-917090.html> [Stand 28.01.2015]

BUHSE Malte / KREMERS Patrick (2012): Wer sterben und wer überleben wird. URL:  
<http://www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2012-11/Tageszeitung/komplettansicht>  
[Stand 28.01.2015].

DIEZ Georg (2009): Krise der Printmedien - Wieso die Zeitung in Existenznöten ist.  
URL: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/krise-der-printmedien-wieso-die-zeitung-in-existenznoeten-ist-a-623345.html> [Stand 28.01.2015].

FACHJOURNALIST (2014): In sieben Schritten zum Feature. URL:  
<http://www.fachjournalist.de/in-sieben-schritten-zum-feature/> [Stand 28.01.2015].

FROMM Anne (2014): Wissenschaftler über Zeitungskrise - Die Verlage sind selbst schuld. URL: <http://www.taz.de/!143514/> [Stand 28.01.2015].

FUHRMANN Hans-Joachim (2013): Gute Perspektiven für die Zeitung / klare Absage an staatliche Subventionen. URL:  
[http://www.bdzv.de/aktuell/pressemitteilungen/artikel/detail/gute\\_perspektiven\\_fuer\\_die\\_zeitung\\_klare\\_absage\\_an\\_staatliche\\_subventionen/](http://www.bdzv.de/aktuell/pressemitteilungen/artikel/detail/gute_perspektiven_fuer_die_zeitung_klare_absage_an_staatliche_subventionen/) [Stand 28.01.2015].

FUNCK Gisa (2014): Müssen die Zeitungen wirklich sterben. URL:  
<http://www.wdr5.de/sendungen/scala/zeitungssterben122.html> [Stand 28.01.2015].

GUTJAHR Richard (2013): It's the customer stupid. URL:  
<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/richard-gutjahr-zur-zeitungsdebatte-a-915257.html>  
[Stand 28.01.2015].

HALLER Michael (2013a): Diagnose Fehldiagnose. URL:  
<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/michael-haller-zur-zeitungsdebatte-a-917026.html> [Stand 28.01.2015].

HAUSER Jan (2014): Westfälischer Zeitungsverlag insolvent. URL:  
<http://blogs.faz.net/medienwirtschaft/2014/09/26/westfaelischer-zeitungsverlag-insolvent-533/> [Stand 28.01.2015].

IPJ Leipzig: Hauptgründe für die Abbestellung des Zeitungsabonnements. URL:  
<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/bild-917026-533593.html> [Stand 28.01.2015]

JAKUBETZ Christian (2013): Die Wahrheit ist döpfnerig. URL:  
<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/christian-jakubetz-zur-zeitungsdebatte-a-915769.html> [Stand 28.01.2015].

JARVIS Jeff (2013): Journalisten sind Dienstleister, keine Monopolisten. URL:  
<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/jeff-jarvis-journalisten-sind-dienstleister-keine-monopolisten-a-914915.html> [Stand 28.01.2015].

KNÜWER Thomas (2013): R.I.P. Tageszeitung. URL:  
<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/thomas-knuewer-zur-zeitungsdebatte-a-915253.html> [Stand 28.01.2015].

KUCKEL Knut (2014): Die Zeitung ist tot – Nachruf auf die gedruckte Zeitung. URL:  
<http://www.journalisten-bloggen.de/2014/03/04/michael-fleischhacker-nachruf-auf-die-gedruckte-zeitung/> [Stand 28.01.2015].

KUTTNER Julia (2013): Printjournalismus ist Auslaufmodell (Interview). URL:  
<http://www.tagesschau.de/wirtschaft/interview-weichert100.html> [Stand 28.01.2015].

LINDNER Christian (2013): Die ganze Welt zum Preis von einem Glas Wasser. URL:  
<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/christian-lindner-zur-zeitungsdebatte-der-wert-der-zeitung-a-915535.html> [Stand 28.01.2015].

LOBO Sascha (2012): Die Mensch-Maschine: Alles fließt. URL:  
<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/kolumne-von-sascha-lobo-zu-medien-die-krise-der-berichterstattung-a-868195.html> [Stand 28.01.2015].

LÜPKE-NARBERHAUS Frauke (2012): Medienkrise – Größte Entlassungswelle seit 1949. URL: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/medienkrise-nie-zuvor-gab-es-so-viele-entlassungen-in-der-presse-a-870402.html> [Stand 28.01.2015].

MECKEL Miriam (2013): Plädoyer für den radikalen Anachronismus. URL:  
<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/miriam-meckel-zur-zeitungsdebatte-die-luecke-des-teufels-a-916134.html> [Stand 28.01.2015].

POHL Ines (2013): Der Schweiß im Newsroom. URL:  
<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/taz-chefredakteurin-ines-pohl-zur-zeitungsdebatte-a-917011.html> [Stand 28.01.2015].

- RENNER Karl (2014): Narrative Darstellungsweisen im Journalismus. URL: <https://www.diegesis.uni-wuppertal.de/index.php/diegesis/article/view/159/212> [Stand 28.01.2015].
- SAAL Marco (2014): Stellenabbau bei den klugen Köpfen. URL: <http://www.horizont.net/medien/nachrichten/FAZ-Massiver-Stellenabbau-bei-den-klugen-Koepfen-130396> [Stand 28.01.2015].
- SIXTUS Mario (2013): Revolutionen sind unangenehm. URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/mario-sixtus-zur-zeitungsdebatte-revolutionen-sind-unangenehm-a-915281.html> [Stand 28.01.2015].
- SCHNIBBEN Cordt (2013): Elf Vorschläge für bessere Zeitungen. URL: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/auflagenschwund-elf-vorschlaege-fuer-bessere-zeitungen-a-914855.html> [Stand 28.01.2015].
- SCHWEIKLE Johannes (2010): 7 Goldene Thesen für Reporter. URL: <http://www.journalist.de/ratgeber/handwerk-beruf/redaktionswerkstatt/sieben-goldene-thesen-fuer-reporter.html> [Stand 28.01.2015].
- STATISTA (2014a): Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland (Grafik) URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/72084/umfrage/verkaufte-auflage-von-tageszeitungen-in-deutschland/> [Stand 28.01.2015].
- STATISTA (2014b): Internet ist Recherche-Medium Nummer 1. URL: <http://de.statista.com/infografik/2503/bevorzugte-informationskanaele-in-deutschland/> [Stand 28.01.2015].
- SYDOW Christoph (2012): Zeitungskrise - Gruner + Jahr verkündet Aus für "Financial Times Deutschland". URL: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/gruner-jahr-verkuendet-aus-fuer-financial-times-deutschland-a-868371.html> [Stand 28.01.2015].
- TISCHER Markus (2013): Zeitungssterben - Wo liegt die Zukunft der Print-Medien. URL: <http://www.3sat.de/page/?source=/kulturzeit/themen/166958/index.html> [Stand 28.01.2015].
- VOGEL Andreas (2014): Talfahrt der Tagespresse – Eine Ursachensuche. URL: <http://library.fes.de/pdf-files/akademie/10790.pdf> [Stand 28.01.2015].



---

WIRNER Stefan (2012): Schnurstracks ins Lokale. URL:

<http://www.drehscheibe.org/interview-mit-carlo-imboden.html> [Stand 28.01.2015].

WOLF Armin (2013): Menschen, die auf Schirme starren. URL:

<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/armin-wolf-zur-zeitungsdebatte-a-915556.html>  
[Stand 28.01.2015].

# Anlagen

Einer von Tausenden von Flüchtlingen erzählt vom Weg aus der DDR in die Prager Botschaft der Bundesrepublik

## „Ich beschloß, alles zu riskieren, um dem Schrecken ein Ende zu setzen“

Horst Igmann hat seine Heimat verlassen, wie Hunderttausende andere, aber in Westdeutschland plagten ihn weder Prejudizien noch Heimweh. Er liegt nachts nicht schlaflos wach, sondern arbeitet bis zum frühen Morgen, er trauert der verlorenen Heimat nicht nach, sondern ist glücklich und zufrieden in der neuen, Und er blickt voller Hoffnung in die Zukunft.

Ein schweres Leben hat sein Antlitz ernst, sein Haar schütter, seine Stirn hoch und seine Stimme gedämpft werden lassen. Profund schaut er den Arm Unregelmäßig um die Schulter seiner Lebensgefährtin Karin gelegt, vor dem 18stöckigen Apartment im Ostseebad Damp in die Kamera. Hier hat der 47-jährige Gastarbeiter vor ein paar Wochen in der Diktatur als Barchef einen Arbeitsplatz und im Personalwohnheim eine behagliche Zukunft gefunden und damit nach stürmischen Jahren gleichsam Anker geworfen.

Kann man sein bisheriges Leben ein deutsches Schicksal nennen?

Horst Igmann wurde am 26. November 1941 im Berliner Arbeiterviertel Prenzlauer Berg geboren. Bomben, Zerstörungen, Sowjetmächte, Hunger und Kälte sind unzusammenhängende Erinnerungen an seine Kindheit, Diskriminierung, Unterdrückung und Verfolgung in der Zeit des Heranwachstums haben blühende Spuren hinterlassen. Immerhin brachte Igmann nach der Schule eine Kellnerlehre sowie den zweijährigen Dienst in der Nationalen Volksmarine hinter sich.

Partei und Politik gegenüber verhielt sich der junge Igmann reserviert, für Sport und Kirche aber schlag sein Herz. Bei Blau-Weiß Wedding und damit im Westen Berlins spielte er Tischtennis, die sozialistische Jugendweiche liebt er ab, in einer Jugendgruppe der evangelischen Kirche aber bekannte er sich immerhin einer getauften Welt zu Werten der Evangelist: Glaube, Nächstenliebe und Friede.

Wir waren mehr im Westen als im Osten“, erinnert Igmann die späten fünfziger Jahre. Die Zeiten der Unbeschwertheit waren vorbei, und die Überwachung begann, als die Machtbesitzer erkannten, daß sich hier einer nicht gleichgültig ließ. Zuerst wandte die Tschekistenpolitik im Westen verboten, dann die Betätigung der Angehörigen von Wehrdienstverweigerern sowie die Verteilung von Flugblättern gegen Rüstung und Militarismus militärisch registriert, der Heranwachsende schließlich zum Abschlußbevollmächtigten zitiert.

Nieder mit der SED“, schrieb Horst Igmann unter dem Eindruck staatlichen Zwangs in der Berufsschule voller Zorn in die Wandtafel. Das anschließende Ermittlungsverfahren endete mit einer Verurteilung der Sechzehnjährige aber paktete die Koffer, um sich in den Westen der getauften Stadt abzusetzen. Für die Arbeitsvermittlung in den Westsektoren der Stadt aber war die Aufnahmefähigkeit noch zu jung. „Ich blieb“, erzählt

er, „Doch von nun an herrschte Kampf.“

Igmann erlebte voller Empörung den Bau der Mauer, brachte es trotz der Stigmatisierung als Regimegegner zum Gaststättenleiter, heiratete, wurde Vater einer Tochter und veränderte seine Anstrengungen für mehr Freiheit und ein besseres Leben in der DDR.

In April 1979 wurden bei einer Hausdurchsuchung religiöse Schriften gefunden. Igmann wurde verhaftet.

„Am schlimmsten waren Wohnungs- und Arbeitsbedingungen“, klagt Igmann. „Meine Wohnung, eine kleine Zelle, war nur 16 Quadratmeter groß. Die Toilette befand sich auf dem Hinterhof. Arbeiten mußte ich auf dem Friedhof der Elisabethengemeinde. Den ganzen Tag hieß es Graben schaufeln, nachmittags Särge in die Grube senken – alles für 215 Mark im Monat.“

1984, zwei Jahre nach der Entlassung aus dem Zuchthaus, stellte Igmann einen Ausreisewunsch. Er wurde abgelehnt. Die Begründung klang wie Hohn und machte

den Gegenstand schmerzhaft klar, wie einsam und verloren er in der sozialistischen Welt war. Hier gehe es nicht um: Familienzusammenführung, stellte die Bürokratie lapidar fest.

Sechs Monate später stellte Igmann einen neuen Ausreisewunsch – mit dem gleichen Resultat. „Nur meine Empörung hielt mich aufrecht. Sie gab mir Kraft. Alle sechs Monate stellte ich einen neuen Antrag. Und ich hatte auch keine Angst mehr vor dem

System. Obwohl es verboten war, arbeitete ich nebenbei als Kellner.“

Die Bewahrung seiner Würde mußte Igmann mit sozialen Abstieg bezahlen. In der Gastronomie fand er keine Arbeit mehr, dafür erhielt er das Brandmal des Paragraphen 48: Er mußte sich wöchentlich einmal beim Abschmittbevollmächtigten melden, unterstand staatlicher Kontrolle und wurde vor nationalen Feiertagen stets in Schutzhaft genommen, um eine Teilnahme an Demonstrationen von Systemgegnern zu vereiteln.

Woll Igmann sich regelmäßig bei den Behörden melden mußte, konnte er sich im Stroom der Republikflucht-linge im Sommer 1989 nicht nach Ungarn oder Polen absetzen.

Eine Behördenverladung ließ ihn Ende zu setzen. Freunde von Tschekienklub brachten mich zwei Stunden vor Schließung der Grenze zur Tschechoslowakei mit einem Auto nach Prag. Alles ging glatt. Am Nachmittag war ich einer der vielen, die sich vor den Tor der deutschen Botschaft auf der Straße drängten, nach

Bechern mit hellem Tee griffen, Zigaretten auf, um Decken bettelten, vor der Toilette Schlange standen und sich gegen Übergriffe der tschechischen Polizei zu schützen suchten.

Das Gedränge war lebensgefährlich, die Stimmung schwand zwischen Hoffnung und Verzweiflung. Würden wir aus Prag herauskommen? Und es war kalt, das Chaos auf dem Botschaftsplatz unbeschreiblich. Manche hatten Angst vor Seuchen, Kinder weinten, viele waren

krank, und dauernd gab es am Gartenzimmer Zwischenfälle mit blutigen Verletzungen. Der Botschafter war überall, sprach uns Mut zu und half, wo er konnte.

Gegen Abend war die Menge der Wartenden auf 15.000 angewachsen. Ich stand mittlerweile 21 Stunden auf der Straße. Dann kamen endlich Busse. Schnell wurden die letzten Tische für ein paar Flaschen Sekt an Tischen verkauft. Der Bahnhof war von

Polizei und Armee abgesperrt, überall herrschten Hektik und Aufregung. Ich war im ersten Zug, der abfuhr. In Dresden machte er vier Stunden lang halt. Er war fankelnd von Gütern, damit wir unsere Landsleute auf den Bahnhöfen nicht sehen konnten, die blieben mühen, Pölsen und Soldaten. Mühen, die Dresher mit Gewalt zurückhalten, sonst hätten diese den bereits überfüllten Zug gestört. Angst machte sich breit. Würde der Zug überhaupt



Nur das nackte Leben konnten viele DDR-Flüchtlinge vor den Griffen der Fallenten aus der Prager Botschaft retten

weiterfahren?“ Er fuhr schließlich weiter und machte erst jenseits der deutsch-deutschen Grenze in Hof wieder halt. Der Rest ist Geschichte. Die Übersiedler waren in Freiheit, Erleichterung und Jähle waren groß. Tränen der Freude flossen, manche warteten das restliche DDR-Geld aus dem Fenster. Wenige Stunden später war Igmann in Lüneburg, sah einen Aushang mit Stellenangeboten, bewarb sich und hatte 48 Stunden nach der Ankunft im Land seiner Träume Arbeit und Unterkunft.

Auch sozialen Anschluss hat Igmann gefunden: Der zweifache Berliner Tischtennis-Meister wurde vom MTV Eckernförde mit offenen Armen aufgenommen. Jetzt muß nur noch seine Lebensgefährtin, eine Lehrerin, Arbeit finden, dann ist sein Glück komplett.

Über sein Gesicht huscht erstmals ein Lächeln. Dankbar sagt er: „Man hat uns hier großartig aufgenommen. Die Zeit der Angst ist vorbei.“

WALTER H. RUEB

## Der Zug nach Prag sprengte die letzten Schranken

Nach einmal war der Stasi voll in seinem Element. Noch einmal feierte die Polizei einen Ort, der Gewalt gegen den letzten Rest des nicht mehr zu unterdrückenden Freiheitswillens von Tausenden Deutschen aus der DDR. Die Tatorte lagen in der Bahn- und Straßenverbindungen von der DDR zur CSSR und fast zur Hauptstadt der Tschechoslowakei, Prag.

Stundenlang wurden die Züge durchkämmt, penible Personalkontrollen auf der DDR-Seite, wo schon einige Ausbayspülen sowie bei einer jungen Frau ihr hilfloses Argument zerrissen, sie wolle nur ein paar Tage in der CSSR verbringen. Der Vorrat hätte für Wochen gereicht, und damit war belegt, daß die Frau via Prag in die Bundesrepublik weiterreisen wollte. Die Grenze führten sie ab.

Der Traum von Neufindung „drüben“ war gescheit.

Selbst Prendensaburde nach überstandener Grenzkontrolle konnten zum Verhängnis werden. Der Stasi filmte mit und identifizierte die Jubler als Flüchtlinge. An der nächsten

Station wurden sie aus dem Zug gestiegen.

Die hillebrennen Repressionskampagne in der CSSR setzen rund um die Botschaft der Bundesrepublik die Verfolgung fort. Mit Hunderten Straßenperren und nackter Gewalt versuchten sie, die Flüchtenden von „Tor zur Freiheit“ abzurufen. Sie zerrten und rissen sie von der Urzahlung der Botschaft und prägten mit Schlagstöcken auf Frauen und Kinder. Dennoch gelang es auch diesem letzten, wütenden Ausharren der Staatsgewalt nicht mehr, im wartenden Stasi des Wortes, den Zug nach Westen aufzuhalten. In Prag brachen die letzten Barrieren, die die DDR noch in den Bruderkindern um sich errichtet gehabt hatte.

Ausgehen hatte alles mit eigenem Zufuchtschenden in der Wohnung. Sie machten, wie schon öfter vor ihnen, von der Möglichkeit Gebrauch, daß jeder Deutsche auch aus der DDR einen Antrag auf einen Ausreisewunsch stellen konnte. Die Botschaften in den Ostblockländern, wozu die DDR-Bewohner leichter reisen konnten, waren die idealen Ausfallstellen, die letzte Hoffnung nach

19-jährigen vergeblichen Warten auf eine legale Ausreisegenehmigung. Sie füllten sich immer mehr. Besonders betroffen war Prag, weil die CSSR für die DDR ein so sicherer Nachbar war, daß dortin als einziges Land kein Visum erforderlich war. Als Ungarn den Exzess Vorhang durchstießen, schloß der Strom an die CSSR wurde zum Transitland in die Freiheit. Doch noch funktionierte das Zusammenwirken der Botschaften. Prag erschwerte mehr und mehr die Ausreise nach Ungarn. Der Grenzübertritt entlang der slowakisch-ungarischen Grenze wurde zum tödlichen Risiko. Die Prager Botschaft füllte sich im selben Maß, wie die Weiterreise nach Ungarn gefährlicher wurde. Ende September ging schließlich nicht mehr. Die ganze Botschaft im Palais Lobkowitz war von Flüchtlingen überfüllt. Die hygienischen Zustände wurden untragbar, die CSSR konnte Entschärfungen kategorisch ab.

Das Bild der hinter den Umzäunungen trotz ständig sich verschärfenden Wetters, Enge und Dreck

hoffungsvoll ausstehenden Menschen paßt nicht in die Jubiläumsmurmel der DDR zum Hünigsten Botschaften.

Ein Prendenscheit empfing Kanzlerkanzlerminister Rudolf Seiters und Bundesaußenminister Hans Dietrich Genscher, als sie schließlich das Ergebnis zäher Verhandlungen von Botschaftsalten aus mitteilen konnten: In Sonderfällen dürfen alle ausreisen. Plombiert mußten sie noch durch die DDR fahren, wo der Stasi sich mit letzter Schikane verabschiedete.

In Prag wurde die Botschaft zur Renovierung geschlossen, mußte aber schon in den nächsten Tagen wieder hoffnungsvoll anstehenden Flüchtlingen öffnen. Die DDR bewertete die weiter anhaltende Flucht mit der Wiedereinführung des Visumzwangs. Vergebens. Ermut mußte sie einer Ausreisaktion zustimmen, wolle sie die Jubiläen am 7. Oktober nicht noch mehr überschätzen lassen. Sie glaubte, mit dieser letzten „eternalen Aktion“ und der Verschlebung der Grenzen die Flucht eingedämmt zu haben. Anfang November hob sie alle Einschränkungen

wieder auf, die Tabakkolonnen setzten sich wieder westwärts in Bewegung, bis sie schließlich nach der Wende in der DDR auch den Umweg über die CSSR nicht mehr fahren mußten.

Der Druck der aus dem Block dringenden Deutschen hatte inzwischen neben Ranzieren und dem isolierten, abgegrenzten Sonderfall. Albanien auch die letzte Bastion der stalinistischen Blockpolitik. Das Deutschenspremiere von der Tschechoslowakei gesonnen. Doch der Baril aus der Freiheit hatte das Land längst umgelenkt. In einem Bürgerforum sammelte sich die Opposition und rang mit dem Druckmittel von Demonstrationen und Streiks den kommunistischen Machthabern unter Führung von Gustav Husak ein Zugeständnis zu. Die Opposition war dem Druck nicht mehr überbüchsen lassen. Sie glaubte, mit dieser letzten „eternalen Aktion“ und der Verschlebung der Grenzen die Flucht eingedämmt zu haben. Anfang November hob sie alle Einschränkungen

WALTER H. RUEB

HANS-PETER OSCEWALD

Anlage: Einer von Tausend Flüchtlingen erzählt von dem Weg in die Prager Botschaft der Bundesrepublik (Quelle: Die Welt 30.12.1989, S. 9)

---

## Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Lingen, 30.01.2015

Zacharias Andreas Zöller

---

Ort, Datum

Vorname Nachname